



INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

LICENCIATURA EM CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO

RAMO: ADMINISTRAÇÃO E CONTROLE FINANCEIRO

**O IMPACTO DA INOVAÇÃO NA
PERFORMANCE FINANCEIRA DAS EMPRESAS**

CILENE CIBELE SANTOS DUARTE

MINDELO, 2014



INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

LICENCIATURA EM CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO

RAMO: ADMINISTRAÇÃO E CONTROLE FINANCEIRO

**O IMPACTO DA INOVAÇÃO NA
PERFORMANCE FINANCEIRA DAS EMPRESAS**

CILENE CIBELE SANTOS DUARTE

Orientador: Prof. Américo Lopes

MINDELO, 2014

Agradecimentos Um agradecimento especial à minha mãe Ana Mota, pelo amor incondicional, apoio moral e emocional e a todos os meus irmãos e primos(as) pela ajuda concedida, incentivo e encorajamento para vencer os obstáculos em torno de meu crescimento pessoal e profissional.

Agradeço ao Professor Américo Lopes que me concedeu a honra de ser meu orientador. Agradeço a sua disponibilidade, dedicação e todo o acompanhamento dispensado na orientação técnica e científica deste trabalho.

Meu sincero agradecimento aos meus colegas de curso, companheiros e amigos que, de uma forma ou de outra, colaboraram comigo na realização deste trabalho.

Uma palavra de apreço aos Professores/Coordenadores do 9º semestre, principalmente à Dra. Rosa Cruz e a todos os Professores que ministraram o Curso de Contabilidade e Administração contribuindo, assim, para o enriquecimento dos meus conhecimentos.

Gostaria, também, de deixar o meu apreço e agradecimento pela simpatia, apoio e disponibilidade dos funcionários do ISCEE (Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais), ao longo destes anos e ao longo da realização do presente trabalho.

Às empresas industriais onde foi feita a recolha dos dados e à Direcção Regional Norte do Ministério do Turismo, Investimento e Desenvolvimento Empresarial de São Vicente, na pessoa do Sr. Eng. Alexandre Neves, um especial obrigado pela disponibilidade e pelas informações disponibilizadas, tornando assim possível a elaboração desta investigação.

Agradeço a todos os que, directa ou indirectamente, colaboraram para a finalização deste estudo auxiliando com sugestões e conhecimentos técnico-científicos.

Um agradecimento antecipado a todos os que, após a leitura deste trabalho, queiram dar a sua contribuição quer seja com críticas ou com sugestões.

Palavras-chave Inovação, Desempenho Financeiro, Impacto, Empresas Industriais, São Vicente

Resumo

A inovação foi identificada como a principal causa do progresso dos países pelo seu impacto sobre o investimento, a produção, o emprego e no nível de bem-estar da população. Além disso, é de opinião geral que a inovação representa um papel essencial no desempenho económico-financeiro. Fica-se, no entanto, muitas vezes, com a sensação de que esta afirmação se refere indistintamente ao crescimento económico no geral, à competitividade das economias nacionais, à concorrência, à rentabilidade, à sobrevivência e ao crescimento de empresas individuais. Por isso, é importante desenvolver pesquisas empíricas para ajudar a esclarecer como, quando, em que sentido, em que amplitude, a inovação é importante no desempenho económico-financeiro da empresa. Tendo esses aspectos presentes, nesta investigação, buscou-se contribuir para um melhor conhecimento destas questões, estabelecendo, assim, como objectivo principal analisar o impacto da inovação no desempenho financeiro das empresas industriais de São Vicente ao longo do período 2010-2013.

A análise tem como quadro conceptual as abordagens actuais de referência sobre a temática da inovação e seu impacto no desempenho financeiro, desenvolvendo um suporte teórico, que permite identificar os factores determinantes da inovação no desempenho financeiro das empresas industriais de São Vicente.

Para testar empiricamente as hipóteses em investigação e tendo em consideração a complexidade do fenómeno em questão, recorreu-se à análise estatística dos dados recolhidos com recurso ao *software* SPSS, onde fez-se uma análise univariada dos dados e para proceder à análise do impacto da inovação no desempenho financeiro das empresas inquiridas fez-se uma análise do Coeficiente de Correlação de Pearson.

Os resultados obtidos mostram que existem uma associação estatisticamente significativa entre os níveis de investimentos e o desempenho financeiro das empresas da ilha de São Vicente, isto é, as inovações ao nível dos produtos tem tido impacto positivo muito irrisório nos indicadores financeiros, com excepção ao nível dos Activos Líquidos, Passivo. Contudo, registou-se um impacto negativo da inovação ao nível dos processos e das tecnologias, nos indicadores financeiros.

Key-words Innovation, Financial Performance, Impact, Industrial Companies, São Vicente

Abstract Innovation was identified as the major cause of countries progress by its impact on investment, production, employment and population welfare level. Furthermore, it is widely accepted that innovation plays a major role as far as economic and financial performance is concerned. Quite often, however, one gets the impression that this statement comprises indiscriminately many different aspects such as economic growth in general, national economy competitiveness, competition, profitability as well as individual business firms' survival and growth. Therefore it is important to develop empirical research to help clarify how, when, in what sense and how much innovation may affect the business firms economic and financial performance. Having these aspects present in this investigation, we sought to contribute to a better knowledge of these issues aiming mainly at analysing innovation's impact on financial performance of Industrial companies in São Vicente over the period 2010 - 2013.

The present analysis will adopt as a conceptual framework the latest reference approaches on innovation and its impact on economic and financial performance, while developing a theoretical support that will make it possible to identify innovation's determining factors on financial performance of Industrial companies in São Vicente.

Bearing in mind the complexity of the phenomenon, the hypotheses under study were tested empirically with recourse to the statistical analysis, using the SPSS software, where we did a univariate analysis of the data and to conduct impact analysis innovation in the financial performance of the companies surveyed we did an analysis of the correlation coefficient of Pearson.

The results thus obtained show that there are differences statistically significant between the levels of investment and the financial performance of companies in São Vicente's island, ie innovations in terms of products have yielded very negligible positive impact on financial indicators, except the level of Net Assets and Liabilities. However, there was a negative impact of innovation in terms of processes and technologies, on the financial indicators.

Índice

Capítulo 1.	Introdução	2
1.1	Problemática e Importância do tema	2
1.2	Questão e Objectivos da Investigação	6
1.3	Organização e Metodologia da Tese	7
Capítulo 2.	Enquadramento teórico: Inovação e Desempenho Financeiro	8
2.1	Introdução	8
2.2	Importância da Inovação no Contexto Empresarial	8
2.3	Conceito de Inovação	9
2.4	Tipos de Inovação	13
2.5	Métricas da Inovação	20
2.6	Desempenho	22
2.6.1	Desempenho Financeiro	24
2.6.2	Medidas de Avaliação de Desempenho Financeiro	26
2.6.3	Medidas Tradicionais de Desempenho	29
2.7	Análise de um conjunto de estudos que estudaram a relação entre a inovação e o desempenho financeiro das empresas	32
2.8	Conclusão	36
Capítulo 3.	Caracterização do Sector Industrial de São Vicente	37
3.1	Introdução	37
3.2	Apreciação geral	37
3.3	Caracterização do Sector Empresarial de Cabo Verde	38
3.4	Caracterização do Sector Industrial de São Vicente	40
3.5	Conclusão	42
Capítulo 4.	Metodologia da Investigação	44
4.1	Introdução	44
4.2	Modelo de Identificação da Inovação	44
4.3	Identificação da população em estudo e apresentação da técnica de amostragem	45
4.4	Instrumento de recolha de dados	47
4.5	Estrutura do Questionário	48
4.6	Método de aplicação do questionário e recolha de dados	48
4.7	Conclusão	49
Capítulo 5.	Análise e Discussão dos Resultados	50
5.1	Introdução	50

5.2 Caracterização do perfil das empresas inquiridas.....	50
5.3 Inovações ao Nível dos Produtos	53
5.4 Inovações ao Nível dos Processos	55
5.5 Impactos da inovação.....	58
5.6 Recursos empregues em actividades de inovação em 2013	62
5.7 Factores Influenciadores e Inibidores a Inovação	62
5.8 Conclusão.....	65
Capítulo 6. Análise da Relação entre Inovação e Desempenho Financeiro	68
6.1 Introdução.....	68
6.2 O impacto da inovação no desempenho financeiro das empresas de São Vicente.....	68
6.2.1 Impacto ao nível do volume de vendas.....	69
6.2.2 Impacto ao Nível dos Resultados de Exploração	71
6.2.3 Impacto ao Nível do Resultado Líquido	72
6.2.4 Impacto ao Nível do Activo Líquido	73
6.2.5 Impacto ao Nível do Capital Próprio.....	74
6.2.6 Impacto ao Nível do Passivo	75
6.3 O impacto da inovação nos resultados (médios) dos indicadores de desempenho financeiro das empresas de São Vicente ao longo dos anos 2010 a 2013.....	75
6.4 Conclusão.....	77
Capítulo 7. Conclusões da Investigação	79
7.1 Conclusões Gerais da Investigação.....	79
7.2 Limitações da Investigação.....	81
7.3 Sugestões para Futuras Investigações.....	82
Referências Bibliográficas.....	83
Apêndice.....	92

Índice de Tabelas

Tabela 1: Classificação da Inovação	19
Tabela 2: Métricas de Inovação adotadas pelos pesquisadores	21
Tabela 3: Resumo das diferentes abordagens sobre o desempenho	24
Tabela 4: Evolução das Empresas de 1997 a 2012.....	39
Tabela 5: Evolução das empresas activas de 2007 a 2012.....	39
Tabela 6: Evolução do Emprego nas Empresas de 2007 a 2012	39
Tabela 7: Evolução do Volume de Negócios de 2007 a 2012	40
Tabela 8: Evolução da Facturação média por Trabalhadores de 2007 a 2012	40
Tabela 9: Número de empregados nos últimos 4 anos	52
Tabela 10: Nível de instrução dos empregados em 2013	53
Tabela 11: Destino dos processos novos introduzidos pelas empresas	56
Tabela 12: Percentagem das inovações de processo introduzidos pelas empresas	57
Tabela 13: Nível de investimento em inovação	59
Tabela 14: Resultados das empresas que inovaram	59
Tabela 15: impactos das inovações de produto e processo	61
Tabela 16: Recursos empregues em actividades de inovação em 2013.....	62
Tabela 17: Factores influenciadores e inibidores a inovação	63
Tabela 18: Principais fontes de informação que têm contribuído para introdução de novos projectos.....	64
Tabela 19: Factores que dificultaram a inovação	65
Tabela 20: Interpretação dos resultados dos Coeficientes de Correlação de Pearson	69
Tabela 21: Relação entre o Nível de investimentos em Inovação de Produtos, Processos e Tecnologias e o volume de vendas dos anos 2010 a 2013	70
Tabela 22: Relação entre o Nível de investimentos em Inovação de Produtos, Processos e Tecnologias e os Resultados de exploração dos anos 2010 a 2013	71
Tabela 23: Relação entre o Nível de Investimentos em Inovação de Produtos, Processos e Tecnologias e os Resultados Líquidos dos anos 2010 a 2013	72
Tabela 24: Relação entre o Nível de Investimentos em Inovação de Produtos, Processos e Tecnologias e o Activo Líquido dos anos 2010 a 2013	73
Tabela 25: Relação entre o Nível de Investimentos em Inovação de Produtos, Processos e Tecnologias e o Capital Próprio dos anos 2010 a 2013	74
Tabela 26: Relação entre o Nível de Investimentos em Inovação de Produtos, Processos e Tecnologias e o Passivo dos anos 2010 a 2013	75
Tabela 27: Relação entre o Nível de Investimentos em Inovação de Produtos, Processos e Tecnologias e os Resultados (médios) dos Indicadores de Desempenho Financeiro dos anos 2010 a 2013.....	76

Índice de Figuras

Figura 1.1: Os 5 tipos de inovação Schumpeteriana	12
Figura 2.1: Modelo de identificação dos impactos da inovação no desempenho financeiro das empresas	45
Figura 3.1: Ano de fundação das empresas.....	51
Figura 3.2: Classificação Jurídica das empresas	51
Figura 3.3: Ramos de actividade das empresas.....	52
Figura 3.4: Produto novo, mas já existente no mercado nacional	53
Figura 3.5: Produto novo para o mercado nacional	53
Figura 3.6: Ramos de actividades das empresas.....	54
Figura 3.7: Descrição dos principais produtos introduzidos pelas empresas.....	54
Figura 3.8: Relação dos produtos novos para a empresa, para o mercado nacional e para o mercado mundial	55
Figura 3.9: Relação dos produtos completamente novo para a empresa e melhoramento de um já existente	55
Figura 3.10: Introduziu algum processo novo para a empresa	55
Figura 3.11: Introduziu algum processo novo para o mercado nacional	55
Figura 3.12: Pelo menos uma inovação de processo, já existia no mercado de Cabo Verde	57
Figura 3.13: Pelo menos uma inovação de processo, era nova para o mercado de Cabo Verde...	57
Figura 3.14: Principais processos novos ou substancialmente aperfeiçoado	58
Figura 3.15: Relação dos processos novos para a empresa, para o mercado nacional e para o mercado mundial	58
Figura 3.16: Processos completamente novo para a empresa e melhoramento de um já existente	58
Figura 3.17: Acordo de cooperação para actividades de inovação	64

Glossário

ADEI - Agência de Desenvolvimento Empresarial e Inovação

BCG/FGV - Boston Consulting Group/ Fundação Getúlio Vargas

CFROI - *Cash Flow Return On Investment*

CVA - *Cash Value Added*

DREN - Direcção Regional Norte de Turismo

EBIT - *Earnings Before Interest and Taxes*

EBITDA - *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization*

EVA - *Economic Value Added*

FINEP - Financiadora de Estudos e Projectos

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

INE – Instituto Nacional de Estatística

LPA – (EPS) – *Earnings Per Share*

MTIDE - Ministério do Turismo, Investimento e Desenvolvimento Empresarial

MVA - *Market Value Added*

MVA – Valor de Mercado Adicionado

NOPAT - *Net Operating Profit After Taxes*

OCDE - Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico

P&D – Pesquisa e Desenvolvimento

P/L – (PE) – *Price-Earnings Ratio*

ROA – *Return On Assets*

ROE – *Return On Equity*

ROI – *Return On Investment*

RONA - *Return On Net Assets*

RONA – *Return On Net Assets*

TSR - *Total Shareholder Return*

Capítulo 1. Introdução

1.1 Problemática e Importância do tema

No mundo actual são frequentes as notícias sobre os efeitos das mudanças na Ciência e na Tecnologia, na oferta de novos produtos e na reconfiguração de processos produtivos. Essas mudanças, denominadas por Schumpeter (1988) de inovação são primordiais para o progresso e a acumulação de riquezas das nações e são aceitas como factores de fortalecimento das empresas, pela relação com a melhoria do seu desempenho.

Na mesma linha de pensamento, Freeman e Soete (2008) *apud* Rolim (2011) destacaram que as inovações são determinantes para o desenvolvimento dos países, a melhoria da qualidade de vida das populações, o surgimento de novos padrões de bens e serviços e a conservação de recursos naturais a longo prazo.

A importância dada à inovação no desenvolvimento dos países foi originalmente apontada e analisada por Schumpeter (1988). Segundo este autor, a inovação é o fenómeno económico que promove mudanças no portfólio de produtos, no mercado e nos processos de produção, motivadas por novas combinações de factores produtivos, melhoria do conhecimento e aplicação de novo conhecimento tecnológico.

Assim, os primeiros estudos sobre a inovação nas empresas começaram a surgir em meados da década de setenta e, desde essa data, têm sido propostos numerosos modelos explicativos de como se desenvolve o processo de inovação nas organizações e de como tem surgido um conjunto de ferramentas para facilitar a sua gestão. Desde então, a problemática da inovação e a sua influência no desempenho das empresas, tem assumido uma crescente importância ao nível dos estudos desenvolvidos, nas mais variadas disciplinas, nomeadamente, História, Sociologia, Economia e Gestão (Antolin, 2002 *apud* Silva, 2003).

Assim, Mattos *et al.* (2008) justifica a importância atribuída à inovação nas empresas, através da exploração de novas ideias para melhorar os negócios, criando vantagens competitivas e gerando sucesso no mercado. Ela pode ser

realizada pela empresa, individualmente ou em parceria com outras instituições ou também adaptando ideias de outras empresas nacionais e estrangeiras.

Nesta perspectiva, a inovação deve ser entendida ainda como uma estratégia empresarial, com relevante contribuição na construção da competitividade, conforme mencionado por Porter (2004), ou seja, no reforço da sustentabilidade da empresa no mercado. Assim, a inovação actua na dinâmica dos mercados, promovendo mudanças nas empresas, ampliando a concorrência e gerando diferenças de desempenho das mesmas (Vasconcelos e Cyrino, 2000).

Contudo, Rolim (2011) chama à atenção que a inovação não está restrita às grandes empresas, nem às empresas de tecnologia avançada, podendo acontecer em empresas com características distintas de tamanho, idade e origem. Todas as empresas podem inovar, desde que procurem pôr em prática ideias e métodos diferentes, que resultem em novos produtos e processos inovadores.

Nesta perspectiva, convém salientar a importância que Schumpeter (1939) deu aos empreendedores individuais no dinamismo empresarial e associou a criação de valor à inovação tecnológica, que dá origem a uma destruição criadora, que põe em causa as formas tradicionais de criação de valor e que proporciona retornos às entidades empreendedoras responsáveis pela sua introdução. Esses retornos schumpeterianos tendem a diminuir à medida que as inovações se transformam em práticas estabelecidas e decorrem de iniciativas arriscadas e de decisões empresariais tomadas em contexto de incerteza e complexidade.

Dada a toda esta importância atribuída à inovação é que surge este trabalho que tem como tema: **O impacto da inovação na performance financeira das empresas: o caso das empresas industriais da ilha de São Vicente.**

E de acordo com Andreassi (2007) *apud* Rolim (2011) o estudo desta relação entre inovação e o desempenho é importante porque a inovação implica uma incerteza, uma vez que ela vai provocar elevados riscos a serem enfrentados pela empresa. Contudo, é pela existência desses riscos que nem todas as iniciativas são bem sucedidas e aqueles que a são, podem colher preços extras ou auferir rendas acima dos seus concorrentes.

Apesar do risco e da incerteza, a inovação, quando bem sucedida, pode produzir um impacto relevante nos resultados económicos das empresas. Assim, Nayak (1991) *apud* Marques (2004) ilustrou que esta crença ou expectativa criada em torno desta relação entre a inovação e os bons resultados é que induz as empresas a criarem sistemas de incentivo às ideias criativas, a aplicarem ferramentas de fomento da criatividade nos processos decisórios e de resolução de problemas, a instalarem uma cultura facilitadora da experimentação, a afectarem recursos a actividades formais e informais passíveis de gerarem inovação proveitosa. Essa inovação é, em grande medida, fundada na observação da realidade, mas também fruto de uma ideologia moderna convicta da bondade intrínseca da mudança.

Deve-se, contudo, dizer que a inovação não é a única fonte da heterogeneidade do desempenho das empresas, fenómeno que é também influenciado pelo segmento da indústria ao qual pertence a empresa, pelas condições macroeconómicas, pela empresa operar de forma isolada ou integrar grupos ou *clusters* e ainda por deter a posse de recursos exclusivos (Brito e Vasconcelos, 2004).

Barney (1991) vai mais longe ainda, defendendo que para além desses elementos são também factores influenciadores do desempenho, as diferenças de tamanho, produtos, pessoas, localização, organização e história. Assim, os resultados das empresas são, portanto, decorrentes das condições macroeconómicas, das dinâmicas sectoriais e das características internas das empresas.

Neste sentido, torna-se fundamental medir os resultados das práticas de inovação nas empresas e de acordo com Fernandes (2006) *apud* Rolim (2011) para medir os resultados da inovação no desempenho das empresas é frequentemente utilizado indicadores financeiros e não financeiros.

Contudo, Gomes (2005) *apud* Rolim (2011) chama a atenção para a questão da dualidade de critérios na medição do desempenho, uma vez que pode ser medido pela conotação da eficiência ou pela conotação da eficácia. Para o autor, a performance das empresas deve ser medida pela capacidade de penetração dos produtos e serviços nos respectivos mercados, mas sem abandonar os

indicadores financeiros tradicionais baseados em lucro e rentabilidade. Por sua vez, Miranda e Azevedo (2000) *apud* Rolim (2011) defendem que o desempenho não deve ser medido apenas por um critério e, que o uso de indicadores de uma mesma natureza não é adequado nos casos de mercados de grande concorrência, com alta velocidade de mudanças, onde a introdução de novos produtos é lenta e com controle à longo prazo.

Neely *et al.* (1995) *apud* Rolim (2011) descreve o desempenho como o processo de quantificar a acção, propondo que a performance possa ser definida por acções de eficiência e eficácia e que a inovação é a chave para sustentar o desempenho. Ainda defendem que na realidade, pode-se ter até mais critérios, como a qualidade e a efectividade e que de facto há autores que falam em quatro critérios, qualidade, eficiência, eficácia e efetividade. Assim, os mesmos autores chamam à atenção de que o critério ou o propósito da avaliação irá influir na metodologia e nos mecanismos de medição, e isso não deve ser encarado como uma dualidade.

Contudo, de acordo com Marques, Barbosa e Ferreira (2007) e Brito, Brito e Morganti (2009) o estudo da relação da inovação com o desempenho acrescenta novos desafios, que em parte reside na complexidade e heterogeneidade do fenómeno da inovação, e na dificuldade de mensuração do conceito de desempenho. Assim, de acordo com os mesmos autores as dificuldades de delimitação dos dois conceitos (inovação e desempenho) são um obstáculo na comprovação empírica da relação, principalmente quando indicadores não financeiros são pretendidos na mensuração do desempenho das empresas.

Investigações recentes confirmam que as empresas que são capazes de usar a inovação para melhorar os seus processos ou diferenciar os seus produtos e serviços apresentam um melhor desempenho económico-financeiro, do que as suas concorrentes, medido pela quota de mercado, pela rentabilidade, pelo crescimento ou pela capitalização de mercado.

1.2 Questão e Objectivos da Investigação

Face ao atrás exposto, esta investigação será orientada pela seguinte questão: **Qual o impacto da inovação no desempenho financeiro das empresas industriais em São Vicente?**

Como consequência, o objectivo principal do estudo resume-se em **avaliar de que forma a capacidade inovadora empresarial contribui para a *performance* financeira das empresas industriais da ilha de São Vicente, Cabo Verde.**

De forma a responder a este desiderato definiu-se como objectivos específicos:

- Analisar teorias e conceitos relacionados com a inovação e os factores de medida do desempenho financeiro das empresas, delimitando de forma clara o campo de acção deste trabalho;
- Identificar os determinantes de inovação no desempenho financeiro das empresas;
- Caracterizar o sector empresarial da ilha de São Vicente;
- Desenvolver uma metodologia de investigação de forma a parametrizar a percepção dos empresários da ilha de São Vicente sobre o papel da inovação no desempenho financeiro das suas empresas;
- Identificar a percepção dos empresários da ilha de São Vicente sobre o impacto da inovação no desempenho financeiro das suas empresas; e
- Definir algumas propostas orientadoras para futuros estudos.

1.3 Organização e Metodologia da Tese

Assim, no que diz respeito à estrutura, este trabalho está composto por sete capítulos, em que para além desta introdução, no segundo capítulo aborda a fundamentação teórica sobre a inovação, o desempenho das empresas e suas vertentes, de forma a elucidar a relação entre a inovação e o desempenho financeiro.

No terceiro capítulo far-se-á a caracterização do sector empresarial da ilha de São Vicente, para que no quarto capítulo se possa apresentar os aspectos metodológicos adoptados neste estudo, iniciando pelo desenho do modelo de Identificação da percepção dos empresários da ilha de São Vicente sobre o impacto da inovação no desempenho financeiro das suas empresas, as características e as etapas para a realização do estudo.

Os resultados e a sua respectiva discussão serão anunciados no quinto e sexto capítulo, para que no último capítulo se possa apresentar as conclusões do trabalho.

Em termos metodológicos, as conclusões retiradas do suporte teórico, permitirá desenvolver uma metodologia para o estudo empírico. A escolha do método de investigação que melhor se adequa a este estudo recairá sobre os métodos quantitativos. De forma a abranger um maior número possível de empresas industriais da ilha de São Vicente, será aplicado um inquérito por questionário aos empresários, com o objectivo de obter as suas ilações sobre o impacto da inovação na *performance* financeira das empresas. Na análise dos questionários será utilizada o programa de análise de dados estatístico, o SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

Capítulo 2. **Enquadramento teórico: Inovação e Desempenho Financeiro**

2.1 Introdução

Desde o início do século XX, muito se vem discutindo sobre a inovação, sua natureza, características, fontes e classificação, com o objectivo de compreender o seu papel no desenvolvimento económico, ressaltando-se como marco fundamental a contribuição de Joseph Schumpeter que, na primeira metade do século, debruçou-se sobre a importância da inovação no desempenho das empresas e da economia.

Assim, o objectivo deste capítulo consiste em criar o contexto necessário para discussão de conceitos sobre a inovação e o seu impacto no desempenho financeiro das empresas. Neste ponto, são identificados conceitos fundamentais e modelos base relacionados com a problemática da inovação, sua classificação e medidas de inovação, seguindo-se de uma breve análise do conceito de Desempenho, os critérios utilizados para medir o desempenho e por fim a relação entre a Inovação e Desempenho Financeiro das empresas.

2.2 Importância da Inovação no Contexto Empresarial

Dada a crescente importância da inovação para o êxito empresarial, é essencial promover o reforço das competências criativas que irão sustentar o desenvolvimento futuro da organização. Na visão empresarial, a Inovação está ligada ao lançamento de novos produtos, à melhoria de produtos existentes ou à inovação organizacional, que melhora a eficiência da empresa, sendo não só o que se pensa, mas também, o que os clientes da empresa pensam (Gomes, 2009).

Segundo Freire (2000) a relevância da inovação ainda é pouco reconhecida, principalmente nos sectores tradicionais, em que as práticas de gestão se têm mantido inalteradas há mais tempo. Porém, nos últimos anos, a importância da inovação tem vindo a acentuar-se na generalidade dos sectores, devido às tendências de redução do ciclo de vida dos produtos, do excesso de capacidade instalada, da individualização da oferta, do aumento da intensidade competitiva,

do acréscimo de sofisticação dos clientes, da aceleração da evolução tecnológica, da globalização das economias, da escassez de recursos, das expectativas dos mercados financeiros e da desregulamentação.

Assim, cada vez mais, as empresas tendem a dividir-se entre competidores fortes, com capacidade de inovação para tirar partido destas tendências, e competidores fracos, dotados de recursos baratos e de baixa qualidade, que se limitam a reagir às pressões dos mercados e da concorrência.

Naturalmente, nem todas as organizações conseguem ser muito inovadoras logo à nascença. De facto, a generalidade das empresas atravessa três etapas crescentes de intensidade de inovação. Na primeira etapa, é privilegiada a cópia das iniciativas de competidores mais avançados, através do licenciamento das suas tecnologias ou da mera reprodução dos seus produtos, serviços ou processos. Na segunda etapa, promove-se a melhoria das tecnologias adquiridas, dos processos adoptados e das características dos produtos e serviços comercializados. Por fim, na etapa da inovação, são criadas novas tecnologias e concebidos novos produtos, serviços e processos (Freire, 2000).

Em suma, para um novo produto, serviço ou processo ser uma inovação, é necessário que seja disponibilizado no mercado e principalmente usado por ele. A criatividade de uma invenção não garante o seu êxito como inovação. Hoje as empresas são levadas a implementar um sistema de inovação que lhes dê agilidade e flexibilidade necessárias para prosperar sob outra lógica competitiva através de um processo de aprendizagem contínuo e cumulativo, que gera não só produtos novos, como também processos, arquiteturas organizacionais e modelo de negócios diferentes.

2.3 Conceito de Inovação

Fala-se muito em inovação nos últimos tempos. Mas, o que é exactamente inovar? Em que consiste a inovação e para que serve? Quem e como se pode inovar? Eis algumas perguntas que são importantes responder, para que as empresas possam trilhar este novo caminho, na busca de uma maior competitividade (Matos *et al.*, 2008).

O termo inovação está hoje muito presente nos discursos das empresas, ainda que haja um entendimento muito estreito sobre o seu real significado. Para avançar, então, no entendimento do processo inovador é preciso que se tenha claro o conceito de inovação. (Figueiredo, 2008 *apud* Quintella, 2012).

Assim, Gomes (2009) define inovação como algo novo que acontece diariamente e cujo resultado é geralmente o desejado, pelo que, de uma certa forma somos todos inovadores. Contudo, o mesmo autor defende que a inovação implica dois elementos fundamentais: a criatividade e ideias novas. Porém, a inovação deve ser vista como algo mais do que ter ideias: é necessário que a ideia seja implementada e tenha o seu impacto (Gomes, 2009).

Por sua vez, Salerno e Kubota (2008) numa perspectiva mais abrangente, definem a inovação como sendo um fenómeno que casa o novo com o mercado, produzindo uma dinâmica que é, simultaneamente, económica, social e política. Económica por estar ligada ao mercado e à geração de renda e riqueza. Social por interferir diretamente nas relações sociais, uma vez que, por exemplo, inovações no campo das comunicações e transportes aproximaram as pessoas e promoveram a circulação de ideias e os movimentos coletivos. Política por ampliarem a pressão social por mudanças de políticas públicas, incluindo as que forçaram os governos a desenvolverem medidas de apoio ao desenvolvimento da ciência, da tecnologia e da inovação pelas empresas (Salerno e Kubota, 2008).

Já Freeman (1982) *apud* Rolim (2011) vê a Inovação como um fenómeno marcadamente sócio-económico, que envolve mudanças estruturais na economia e o empreendedorismo é o processo de tornar oportunidades em novas ideias e colocar estas em práticas de uso extensivo.

Também Freeman e Soete (2008) *apud* Rolim (2011) defendem que durante o século XX, a inovação deixou de ser a actividade do inventor individual e passou a ser conhecida como a actividade de laboratórios profissionais de pesquisa e desenvolvimento (P&D), privados ou públicos, e exercida muito próxima às empresas, com equipa de profissionais capazes de lidar com o conhecimento complexo, económica e social.

Por sua vez Barbieri (1997) vai um pouco mais além das perspectivas apresentadas anteriormente, e acrescenta que, o termo inovação apresenta diversas acepções, conforme a área de estudo que o emprega. Na área de *marketing*, a inovação pode ser qualquer modificação percebida pelo usuário, mesmo que não ocorra nenhuma alteração física no produto. Nas áreas produtivas, inovação é a introdução de novidades, sob a forma de produtos, processos e serviços novos ou modificados. Já, a inovação tecnológica, compreende um processo realizado por uma empresa para introduzir produtos e processos, que incorporem novas soluções técnicas, funcionais ou estéticas. Essas soluções podem ser completamente novas, nunca conhecidas ou usadas antes, ou relativas, quando já são conhecidas ou utilizadas por outras (Barbieri, 1997).

Já numa perspectiva mais empresarial, uma vez que é este o foco deste trabalho de investigação, Matos *et al.* (2008) defendem que a inovação no meio empresarial é a exploração de novas ideias para melhorar os negócios, criando vantagens competitivas e gerando sucesso no mercado. Ela pode ser realizada pela empresa, individualmente ou em parceria com outras instituições, ou também adaptando ideias de outras empresas nacionais e estrangeiras.

Também nesta mesma linha, Schumpeter (1988), um dos primeiros economistas a estudar o assunto, defende que a inovação implica transformar diferentes tipos ou partes de conhecimento em novos produtos ou serviços úteis, para o mercado ou para a sociedade, e rentáveis não apenas em termos de resultados financeiros, mas, também, em termos de eficiência de processos. O mesmo autor afirma ainda que a Inovação é a introdução de um novo produto no mercado que teria de ser significativamente diferente dos já existentes. Implica uma nova técnica de produção e a abertura de um novo mercado (Schumpeter, 1988).

Contudo, Utterback (1971) *apud* Quintella (2012) chama à atenção que caso seja um novo produto, define a inovação como uma invenção que chegou à fase de introdução no mercado. Caso trate-se de um novo processo, ela ocorrerá quando seu primeiro uso acontecer, consistindo numa solução especial para uma determinada necessidade.

Também Gomes (2009) vai nesta mesma linha de pensamento, isto é, que a inovação consiste na exploração de novas ideias que encontram aceitação no mercado, contudo, ressalta que usualmente é adicionado novas tecnologias, processos, *design* e uma melhor prática.

Já Teece e Jorde (1990) defendem a necessidade da inovação percorrer algumas etapas antes de atingir o mercado. Para esses autores, essas etapas envolvem a busca, a descoberta, o desenvolvimento, a melhoria, a adopção e, finalmente, a comercialização de novos produtos ou processos, estruturas organizacionais e procedimentos.

E foi esta introdução de um novo produto (ou uma melhoria na qualidade de um produto já existente), de um novo método de produção (inovação no processo), a abertura de um novo mercado (em particular um novo mercado para exportação), a aquisição de uma nova fonte de oferta de matérias-primas ou de bens semi-facturados ou ainda a criação de uma nova forma de organização industrial que foram identificados por Shumpeter (Ver Figura 1.1) como sendo os principais vectores da teoria da destruição criadora, segundo a qual, a introdução de uma inovação num mercado pode conduzir ao desaparecimento de negócios (Sarkar, 2010).



Figura 1.1: Os 5 tipos de inovação Schumpeteriana

Fonte: Adaptado Sarkar (2010)

Por sua vez Fonseca (2002) acrescenta ainda que a inovação pode incluir a adopção de novas soluções tecnológicas, o estabelecimento de novos acordos

com clientes ou fornecedores, um novo modo de prestar serviço pós-venda, um novo *modus operandi* para a relação com os clientes, entre outros.

Entretanto, Drucker (1986) chama à atenção pelo facto de que a inovação não precisa ser técnica, isto é, no sentido tecnológico, e enumera as sete fontes de oportunidade para se inovar, tais como: o inesperado, as incongruências, a necessidade operativa, as estruturas industriais e de mercado, os factores demográficos, a mudança de percepção e os novos conhecimentos.

Tendo em conta esta discussão de conceitos apresentados anteriormente, pode-se perceber que a inovação é uma necessidade actual do meio empresarial, para que a empresa possa ser competitiva, num mercado cada vez mais dinâmico, exigente e globalizado.

Ainda, só pode ser atendida como tal, quando produz algum impacto e ela não está restringida às grandes empresas, nem às empresas de tecnologia avançada, isto é, todas as empresas podem inovar desde que procurem pôr em prática ideias e métodos diferentes, que resultem em novos produtos e processos inovadores.

Assim, é de se realçar que no âmbito deste trabalho que tem como objectivo analisar o contributo da capacidade inovadora empresarial no desempenho financeiro das empresas industriais em São Vicente, Cabo Verde, estão em análise as alterações ocorridas nos indicadores financeiros, a quando da adopção de uma mudança ao nível do produto, do método de produção, da abertura de um novo mercado, da aquisição de uma nova fonte de oferta de materiais, da criação de uma nova organização, da adopção de novas soluções tecnológicas, do estabelecimento de novos acordos com clientes, entre outros.

2.4 Tipos de Inovação

Tendo em vista as diversas possibilidades de inovar no dia-a-dia empresarial, tal como foi exposto na secção anterior, é importante exemplificar cada uma destas possibilidades. Apesar de a inovação incorrer em custos, não inovar pode significar perdas significativas e tal como defendido por Mattos *et al.*, (2008) podem existir diversos tipos de inovação nas empresas.

Assim, de acordo com Gomes (2009) a tipologia tradicional geralmente aceite é a Schumpeteriana que considera cinco tipos de inovação: inovação de produto (produto novo ou melhorado), de processo (processo de produção novo ou melhorado), organizacional (nova estrutura organizacional: uma nova divisão, um novo sistema interno de comunicação, inteligência empresarial, investigação de mercado, etc.), na gestão (novas práticas de gestão), no marketing e nos serviços (novas práticas de marketing: novas formas de financiamento, nova abordagem de vendas).

Também o Manual de Oslo da OCDE (1992 e 1996) reconhece quatro tipos de inovações, que encerram um amplo conjunto de mudanças nas actividades das empresas, baseadas na tipologia Schumpeteriana, nomeadamente as Inovações ao nível do produto, do processo, as organizacionais e as de marketing.

Da discussão anterior, pode-se constatar que a literatura sobre a tipologia da inovação é muito ampla e, por vezes, alguns autores utilizam diferentes termos para designar o mesmo conceito, já que apesar das diversas abordagens, todas as categorias devem conduzir a um fluxo contínuo de mudança. Assim, de seguida apresentar-se-a de forma mais detalhada, as perspectivas de diferentes autores sobre os diversos tipos de inovação aplicada as empresas:

- **Inovação em Produtos (bens ou serviços)**

De acordo com Mattos *et al.*, (2008) este tipo de inovação ocorre quando há uma mudança no que se faz, um melhoramento significativo de produtos já existentes, desenvolvimento de novos produtos, os quais antes não existiam, atendendo melhor às necessidades do mercado.

Por sua vez Abernathy e Utterback (1988) e OCDE (1992 e 1997) defendem que este tipo de inovação refere-se à produção e comercialização de produtos novos ou melhorados.

Já Gomes (2009) vai um pouco mais longe, defendendo que este tipo de Inovação envolve mudanças significativas nas potencialidades de produtos e serviços. Assim, inclui-se o desenvolvimento de bens e serviços totalmente novos e aperfeiçoamentos importantes para produtos existentes. Este autor defende

ainda que a inovação ao nível do produto pode utilizar novos conhecimentos ou tecnologias, pode basear-se em novos costumes ou combinar conhecimentos ou tecnologias existentes.

- **Inovação em Processos**

Em termos de inovação ao nível dos processos, ela ocorre quando há mudança no como se faz, aprimorando ou desenvolvendo novas formas de fabricação ou de distribuição de bens e novos meios de prestação de serviços (Mattos *et al.*, 2008). Já Abernathy e Utterback (1988) e OCDE (1992 e 1997) associou este tipo de inovação à criação e/ou adopção de novos bens de equipamento ou na introdução de novos processos organizativos de produção.

Por sua vez Gomes (2009) defende que este tipo de inovação representam mudanças significativas nos métodos de produção e de distribuição em técnicas, equipamentos e/ou *softwares*. Inclui ainda métodos novos ou significativamente melhorados para a criação e a provisão de serviços, podendo envolver modificações substanciais nos equipamentos e *softwares* utilizados em empresas, orientadas para serviços ou nos procedimentos e técnicas que são empregados para os serviços de distribuição.

- **Inovação Organizacional**

Esta ocorre quando são adotados ou desenvolvidos novos métodos de organização e gestão, seja no local de trabalho, nas relações da empresa com o mercado, fornecedores ou distribuidores (Mattos *et al.*, 2008).

Por sua vez Gomes (2009) refere ainda à implementação de novos métodos organizacionais, tais como mudanças em práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas da empresa.

- **Inovação em Marketing ou Modelos de Negócio**

Isto ocorre quando são adotados ou desenvolvidos novos métodos de marketing e comercialização, com mudanças significativas na concepção do produto, no *design* ou na sua embalagem, no posicionamento do produto no mercado, na sua promoção ou na fixação de preços (Mattos *et al.*, 2008). Também Gomes (2009) é

da mesma opinião, defendendo que normalmente estas inovações envolvem a implementação de novos métodos de marketing, incluindo mudanças no *design* do produto e na embalagem, na promoção do produto e sua colocação, e em métodos de estabelecimento de preços de bens e de serviços.

- **A inovação Social**

De acordo com Beije (1998) *apud* Marques (2004) este tipo de inovação está orientada para a gestão das pessoas, materializando-se na melhoria das condições de trabalho, na sua adequação às necessidades e interesses dos trabalhadores, tendo como pressuposto que estas mudanças conduzirão à motivação dos trabalhadores, repercutindo-se na produtividade, na qualidade e na participação dos trabalhadores.

- **Inovação Tecnológica**

É quando a inovação é resultado da aplicação de conhecimentos obtidos através da pesquisa científica aplicada a produtos ou processos de produção, com novas funcionalidades e efectivos ganhos de qualidade ou produtividade, resultando em maior competitividade (Mattos *et al.*, 2008). A inovação tecnológica é mais ou menos complexa em função do número de componentes do produto/processo e das inter-relações existentes entre eles. A inovação pode consistir exclusivamente em elementos novos, ou na junção destes com outros elementos e aspectos técnicos já aplicados anteriormente, regra geral, por outras empresas (Beije, 1998 *apud* Marques, 2004).

Já numa perspectiva diferente no que refere às várias classificações acerca dos níveis de inovação e relativamente ao resultado do processo de inovação, alguns autores, como Freeman e Soete (1997), Freeman (1982 e 1987) *apud* Gomes (2009), e Freeman e Perez (1988), *apud* Gomes (2009), destacam as seguintes quatro categorias de inovação:

- Inovações incrementais;
- Inovações radicais;
- Mudanças do sistema tecnológico;
- Mudanças no paradigma tecnoeconómico.

Também Mattos *et al.* (2008) classificam a inovação quanto à abrangência e intensidade, onde, para os autores, é importante mostrar quais são essas variações possíveis.

Enquanto no quesito intensidade, a inovação pode ser:

- incremental;
- radical;
- revolucionária.

No quesito abrangência ela pode ser:

- para a empresa;
- para o mercado;
- para o mundo.

Assim, as **inovações radicais** é quando as novas idéias resultam em produtos ou processos totalmente novos, que antes não existiam no mercado (Mattos *et al.*, 2008). Este tipo de Inovação continua a ser, tal como defendido por Schumpeter, algo que é totalmente novo e que pode ser resultante da actividade de Investigação e Desenvolvimento das empresas, universidades e organismos públicos e representam uma importância extrema para a criação de novos produtos e para a expansão de novos mercados (Gomes, 2009).

Por sua vez as **inovações incrementais** ocorrem quando há melhoria no que se faz e/ou aperfeiçoamento do modo como se faz, por acrescentar novos materiais, desenhos ou embalagens, que tornam mais práticos produtos ou processos já anteriormente existentes, ou ainda acrescentando utilidades diferenciadas ou melhorias evidentes que os tornam mais desejados pelos seus clientes/consumidores e portanto mais competitivos (Mattos *et al.*, 2008). Ainda que aperfeiçoam/melhoram o produto/processo dominante, sem ameaçar a sua existência, contribuindo sim para o reforço das suas características (Dewar e Dutton, 1986; Tushman e Anderson, 1986; Leifer *et al.*, 2000 *apud* Marques, 2004).

Nesta linha de pensamento, Gomes (2009) defende que as inovações incrementais ocorrem mais ou menos continuamente de acordo com a taxa de inovação da empresa ou do sector, sendo que geralmente estão relacionadas com melhorias passo-a-passo dos produtos existentes e tende a reforçar a posição de mercado. Apesar de não ser necessariamente o mesmo, desenvolvimentos incrementais no produto podem conduzir à diferenciação do produto (Gomes, 2009).

No que diz respeito a **inovação revolucionária**, esta ocorre quando os novos produtos têm um impacto tão grande sobre o sistema produtivo que podem tornar obsoletas as bases tecnológicas existentes, criar novos mercados e até alterar o comportamento da sociedade (Mattos *et al.*, 2008).

Por sua vez as inovações ao nível das **mudanças de sistema tecnológico** afectam várias áreas dos novos sectores da economia emergente. Baseiam-se numa combinação de inovações radicais e/ou incrementais e de inovações organizacionais e de gestão que afectam mais do que uma ou poucas empresas (Gomes, 2009). Enquanto as **mudanças no paradigma tecnoeconómico**, também designadas de revoluções tecnológicas, que compreendem algumas mudanças no sistema tecnológico, cujo alcance e efeitos produzem grandes alterações em alguns sectores da economia. Este tipo de mudança ultrapassa as transformações nos novos produtos e processos, influenciando também a estrutura de custos, bem como as condições de produção e de distribuição através do sistema (Gomes, 2009).

Analisando as inovações no que diz respeito à sua abrangência Mattos *et al.*(2008) defendem que a mesma pode ser uma **inovação para a empresa**, isto é, quando a novidade implementada está limitada ao âmbito da empresa, mesmo que as mudanças já existam em outras empresas ou instituições, ou ainda que utilize conhecimentos técnicos já dominados e difundidos em outros lugares ou empresas.

Também pode ser entendida como uma **inovação para o mercado**, quando a empresa tiver sido a primeira a introduzir a inovação no seu mercado, seja esse regional ou sectorial (Mattos *et al.*, 2008). Ela compreende produtos/processos

que são novos para a empresa e para o mercado e estas requerem muito mais do que desenvolvimentos incrementais (Kemp *et al.*, 2003).

Já em relação à **inovação para o mundo**, ela ocorre quando os resultados das mudanças são introduzidos pela primeira vez em todos os mercados, nacionais e internacionais, no mundo todo, ou seja, não eram praticadas por outras empresas no país ou no exterior (Mattos *et al.*, 2008).

Assim, em forma de resumo o quadro seguinte apresenta as diferentes classificações da inovação, tendo em conta as perspectivas de Shumpeter (1988), Damanpour (1991), OCDE (1997) e Marques (2004).

Tabela 1: Classificação da Inovação

Dimensão	Tipo	Definição
Natureza da Inovação	Inovação de Produto	Introdução de novos produtos/serviços no mercado ou introdução de melhorias significativas nos produtos/serviços já existentes
	Inovação de Processo	Introdução de um novo processo produtivo ou alteração no processo existente, modificando o modo de fabricação de um produto ou prestação de um serviço.
Intensidade da Mudança	Inovação radical	Introdução de mudanças fundamentais nas actividades da organização, resultando em novos produtos, serviços, processos, mercado.
	Inovação incremental	Introdução de melhorias e modificações não fundamentais em processos e produtos existentes.
Grau de Novidade	Inovação para a empresa	O grau de novidade da inovação é restrito à empresa.
	Inovação para o mercado /sector	O grau de novidade da inovação abrange a empresa adotante e o mercado/sector onde se insere.
	Inovação para o Mundo	É introduzida pela primeira vez no mundo

Fonte: Adaptado de Shumpeter (1988), Damanpour (1991), OCDE (1997) e Marques (2004)

Tendo em conta o objectivo deste trabalho que é analisar o contributo da capacidade inovadora empresarial no desempenho financeiro das empresas industriais em São Vicente, Cabo Verde, estão em análise as alterações ocorridas nos indicadores financeiros, a quando da adopção de uma inovação ao nível dos produtos, dos processo, de forma radical, incremental, para a empresa, para o mercado e para o mundo.

2.5 Métricas da Inovação

Por tratar-se de um fenómeno complexo, diversas são as formas usadas para mensurar a inovação aplicada às empresas, e muitas são as dificuldades encontradas pelos pesquisadores.

Pavitt e Steinmuller (2002) *apud* Brito, Brito e Morganti (2009) defendem que é muito difícil avaliar o valor das actividades tecnológicas e invenções, antes de sua incorporação em produtos e de sua disponibilização para o mercado. Uma das razões para essa dificuldade é a falta de um modelo que relacione as entradas (*input*) do processo de inovação, os processos internos da empresa por meio dos quais a empresa processa as entradas (*throughput*) e os resultados do processo de inovação (*output*), com o desempenho das empresas.

Por outro lado, Klomp e Van Leeuwen (2001) e Walker *et al.* (2002) *apud* Brito, Brito, Morganti (2009) defendem que muitos estudos consideram apenas uma dimensão do processo de inovação, isto é, as entradas do processo de inovação.

O quadro abaixo (ver Tabela 2) apresenta um resumo das abordagens encontradas na literatura sobre as métricas utilizadas para operacionalizar a inovação. O construto foi operacionalizado de diversas formas de acordo com a disponibilidade de dados e a finalidade do estudo em questão. As abordagens vão desde a utilização de métricas baseadas em análises subjectivas, como as utilizadas por Li e Atuahene – Gima (2001) até formas bastante complexas de avaliação, com fortes bases teóricas e abordagens que englobam diversos indicadores sobre o processo de inovação (Hinloopen, 2003; Tidd, 2001 e OCDE, 1995).

Tabela 2: Métricas de Inovação adotadas pelos pesquisadores

Métricas de inovação	Autor	Etapa
Gastos com P&D	Tidd (2001); Motohashi (1998); Li e Atuahene-Gima (2001); Walker e tal. (2002)Koschatzky (1999)	<i>Input</i>
Patentes	Tidd (2001); Motohashi (1998); Li e Atuahene-Gima (2001); Walker e tal. (2002)	<i>Output</i>
Inovações significativas	Tidd (2001)	<i>Output</i>
Pesquisas e Inovação	Tidd (2001); Evangelista (1998); Klomp e Van Leeuwen (2001); Hinloopen (2003); OCDE (1995)	<i>Input, Output e Throuhput</i>
Anúncios de produtos	Tidd (2001); Chaney et al (1991); Chaney e Devinney (1992); Walker e tal. (2002)	<i>Output</i>
Empregados devotados a Inovação	Tidd (2001); Motohashi (1998); Li e Atuahene-Gima (2001)	<i>Input</i>
Julgamentos de <i>experts</i>	Tidd (2001)	<i>Input e Output</i>
Gastos com inovação ou actividades inovadoras (P&D; <i>design</i> e engenharia; investimentos em activos fixo; investimentos em marketing)	Pacelli (1998); Koschatzky (1999); Hinloopen (2003);	<i>Input</i>
Ênfase no processo de inovação (Subjectivo)	Zahra (1989); Li e Atuahene-Gima (2001)	Percepção
Instalações de P&D	Motohashi (1998)	<i>Input</i>
Relação entre gastos em P&D interno e adquirido externamente	Motohashi (1998)	Aquisição de conhecimento
Receita com licenciamento (gastos e receitas com licenciamento de patentes e outros licenciamentos)	Motohashi (1998)	Aquisição de conhecimento
Ênfase na variedade de linhas de novos produtos (subjectiva)	Li e Atuahene-Gima (2001)	Percepção
Número de inovações adotadas	Damanpour (1989) Gopalakrishnan (2000)	<i>Output</i>
Cooperações e <i>networking</i> externo	Koschatzky (1999)	Aquisição de conhecimento
Percentual da receita obtido com novos produtos	Hinloopen (2003);	<i>Output</i>

Fonte: Brito, Brito e Morganti (2009)

Ainda, Pintec (2000) defende que para além das métricas de inovação apresentadas anteriormente na Tabela 2, deve-se ter em conta as percentagens de gastos com aquisição externa de P&D, com aquisição externa de outros conhecimentos, com aquisição de máquinas e equipamentos, com a formação, com a introdução de inovações tecnológicas, com projecto industrial e outras preparações, de vendas locais advinda de produtos – novo para mercado ou para empresa, de exportação advinda de produtos – novo para mercado ou para empresa, das vendas cobertas por patente solicitada ou em vigor. E ainda com o número e grau académico de pessoal ocupado do com inovação (Doutores, Mestres, Graduados, Técnicos e Suporte).

Contudo no âmbito deste trabalho que tem como objectivo analisar o contributo da capacidade inovadora empresarial no desempenho financeiro das empresas industriais em São Vicente, Cabo Verde e tendo em conta as dificuldades em obter dados das empresas em São Vicente, optou-se por analisar somente os recursos empregues em actividades de inovação em investigação e desenvolvimento experimental realizados na empresa (P&D interna), aquisição de serviços de P&D (P&D externa), aquisição de equipamento e maquinaria ligado à inovação de produto e de processo, aquisição de outra tecnologia externa ligada à inovação de produto e de processo, projecto industrial e outras actividades prévias à produção de produtos tecnologicamente novos ou melhorados, formação directa ligada à inovação tecnológica e em introdução no mercado de inovações tecnológicas.

2.6 Desempenho

Antes de dissecar a relação entre a inovação e o desempenho financeiro das empresas propriamente dita, importa levantar algumas considerações sobre o desempenho das empresas, sua evolução conceptual e suas diferentes abordagens.

Assim, inicia-se esta discussão com a definição apresentada por Rumelt (1991) e Barney (2002) que defendem que o desempenho é diferente de empresa para empresa devido ao tamanho, produtos, pessoas, localização, organização e história.

Noutra perspectiva, Porter (1981) defende que o desempenho de uma empresa é fundamentado em dois aspectos, a estratégia e a execução. Para o autor, estratégia é a actividade diferente daquelas actividades da concorrência, enquanto a execução é a realização dessa actividade diferenciada. Mas, defende ainda que a estrutura de mercado é que determina a conduta e o desempenho das empresas, centralizando o debate sobre o desempenho no ramo de negócios.

Por sua vez Fernandes (2006) *apud* Rolim (2011) defende que o desempenho das empresas é o resultado que uma organização alcança em sequência de seus esforços e tal definição acarreta diversas nuances. Primeiro por trazer o termo

resultados, termo múltiplo, pois são vários os grupos interessados na actuação de uma empresa (proprietários, empregados, clientes, comunidade, fornecedores, governo, entre outros) e segundo, porque as empresas competem em esferas não económicas dentro do seu ambiente.

Já Neely *et al.* (1995) descreve o desempenho como o processo de quantificar a acção, propondo que a *performance* possa ser definida por acções de eficiência e eficácia e que a inovação é a chave para sustentar o desempenho. Contudo, pode ter até mais critérios, como a qualidade e a efectividade (Venkatraman e Ramanujam, 1986).

Sink e Tuttle (1993) *apud* Rolim (2011) vão na mesma linha de pensamento dos autores apresentados anteriormente, argumentando que para além da eficácia, eficiência deve-se ter em conta mais cinco parâmetros distintos de desempenho: produtividade, qualidade, qualidade de vida no trabalho, criatividade e rentabilidade. Assim, defendem que o desempenho de uma empresa deve ser analisado sob perspectivas globais, parciais e unitários e dependente de um complexo inter-relacionamento entre esses parâmetros.

Também Roberto e Rey (2007) defendem esta perspectiva multidimensional do conceito de desempenho, e como tal, deve ir além dos indicadores financeiros, concentrando medidas de desempenho social e outras de satisfação dos grupos de interesses, implicando a verificação simultânea de eficácia e ineficácia, boa e má *performance*.

Por sua vez Venkatraman e Ramanujam (1986) propõem três domínios com graus de abrangência diferenciada, para definirem o conceito de desempenho. O primeiro centra-se nos indicadores financeiros (facturação, lucro, retorno, entre outros), assumindo que reflectem o cumprimento dos objectivos económicos da empresa. O segundo centra-se no desempenho do negócio, combinando aspectos financeiros com aspectos operacionais, como a participação no mercado, os novos produtos, a qualidade dos produtos, o valor adicionado, entre outros.

E por fim, o domínio que integra a eficácia operacional, que considera o nível de cumprimento dos objectivos estratégicos da organização (Venkatraman e Ramanujan, 1986).

Assim, em forma de resumo, o quadro abaixo (Tabela 3) apresenta as perspectivas dos diferentes autores estudados.

Tabela 3: Resumo das diferentes abordagens sobre o desempenho

Autor	Dimensões
Nelly <i>et. al</i> (1995)	Eficiência e Eficácia
Sink e Tuttle (1993) <i>apud</i> Rolim (2011)	O desempenho deve ser analisado sob perspectivas globais, parciais e unitários (parâmetros produtividade, qualidade, qualidade de vida no trabalho, criatividade e lucratividade).
Roberto e Rey (2007)	Perspectiva multidimensional (concentrando medidas de desempenho social e outras de satisfação dos grupos de interesses).
Venkatraman e Ramanujam (1986)	Propõem três domínios: o financeiro, o do desempenho do negócio, e o da eficácia operacional,
Porter (1981)	Dois aspectos, a estratégia e a execução.
Rumelt (1991) e Barney (2002)	O desempenho é diferente de empresa para empresa, devido ao tamanho, produtos, pessoas, localização, organização e história.

Fonte: Nelly *et. al* (1995), Sink e Tuttle (1993) *apud* Rolim (2011), Roberto e Rey (2007), Venkatraman e Ramanujam (1986), Porter (1981), Rumelt (1991) e Barney (2002)

Como se pode constatar existem diversas perspectivas sobre o conceito de desempenho, contudo, ressalta em quase todas a convergência em termos do reconhecimento da importância da sua análise ter em conta várias perspectivas, apesar de que a maioria dos estudos reconhece o desempenho apenas na questão da lucratividade.

2.6.1 Desempenho Financeiro

Normalmente as empresas objectivam maximização do lucro e a criação de valor económico, logo o desempenho financeiro das empresas é uma componente importante na análise do desempenho das empresas.

Assim, neste estudo, que tem como objectivo analisar o contributo da capacidade inovadora empresarial no desempenho financeiro das empresas industriais em São Vicente, será fundamental perceber em termos teóricos a questão do

desempenho financeiro das empresas. É este o objectivo que se propõe ao longo desta secção.

Segundo Ribeiro, Macedo e Marques (2012) o foco de muitos estudos que tem abordado o desempenho é contábil-financeiro, contudo, há comprovação de que este modo de análise é eficiente, uma vez que basta as empresas terem em mãos demonstrações contábeis e financeiras.

Também Silveira, Barros e Famá (2003) vão na mesma linha de pensamento interpretando o desempenho financeiro como o resultado financeiro baseado em informações contábeis da empresa. Já Silva (2008) acrescenta que a análise dos balanços é um instrumento de auxílio para a avaliação do desempenho de uma empresa, que, quando desenvolvida sobre informações contábeis confiáveis, aporta redução no grau de incerteza.

Por sua vez, Crook e Shook (2005) *apud* Rolim (2011) acrescentam mais duas dimensões, isto é, para além das medidas de lucratividade como retorno sobre os activos, investimentos ou património, eles apresentam ainda as medidas de crescimento e o valor de mercado.

Já Venkatraman e Ramanujam (1986) dividem o desempenho em três dimensões, a organizacional, a operacional e a financeira e no centro das duas dimensões estaria a dimensão financeira, que incorpora medidas de retorno contábil, valor de mercado e crescimento, sendo esta última predominante nos estudos de estratégia.

Também Steffens, Davidsson e Fitzsimmons (2009) defendem que se deve considerar na dimensão financeira, o crescimento e a lucratividade, que muitas vezes são consideradas concorrentes no que diz respeito à apropriação de valor.

Contudo, Barney (1991) defende que as tradicionais medidas contábil-financeiras podem indicar o desempenho de uma empresa no passado recente, mas não servem como garantia de desempenho futuro, em especial se as circunstâncias do futuro não repetirem as condições do passado.

Por outro lado Ludícibus (2008) contraria a posição do autor apresentado anteriormente, defendendo que a técnica de análise financeira por meio de

índices, como um dos mais importantes desenvolvimentos da contabilidade, uma vez que possibilita ao analista reportar o que aconteceu no passado e dar bases para inferir o que poderá acontecer no futuro.

Assim, em jeito de conclusão pode dizer que o reconhecimento da interdependência das esferas de influência sobre o desempenho foi um dos avanços alcançados no campo da estratégia empresarial para estudos de variância dos modelos, apesar de que a maioria dos estudos reconhece o desempenho apenas na questão da lucratividade. Porém, a combinação de variáveis leva ao melhor conhecimento dos diferentes resultados das estratégias empresariais, destacando o objecto focado pelas empresas, seja em resultados de lucratividade ou de crescimento (Goldszmidt, Brito e Vasconcelos, 2007 e BRITO, 2011).

2.6.2 Medidas de Avaliação de Desempenho Financeiro

Assim, como se pode constatar o campo de actuação do desempenho das empresas é vasta, também as métricas utilizadas para medir o desempenho são variadas. Contudo, no âmbito deste trabalho que objectiva analisar o contributo da capacidade inovadora empresarial no desempenho financeiro das empresas industriais em São Vicente serão analisadas somente as utilizadas para medir o desempenho financeiro das empresas.

Neste sentido, esta secção analisará as diversas métricas utilizadas para medir o desempenho financeiro das empresas.

Como se pode imaginar existe no mercado um número considerável de métricas, e como tal, é razoável admitir-se que não é possível a utilização de um único indicador de desempenho em todas as situações. Tal como defendido por Young e O'Byrne (2001) a maioria das empresas utiliza mais de uma medida, cada uma gerando benefícios variados e atendendo a diferentes propósitos. As várias métricas de desempenho apresentam vantagens e desvantagens, e esse conhecimento é indispensável para o desenho de sistemas de gestão, nas áreas de avaliação de desempenho, planos de remuneração, orçamentos empresariais e comunicação interna e externa (Young e O'Byrne, 2001).

No passado, muitas companhias deram prioridade à magnitude dos lucros como medida do desempenho financeiro. A consequência foi, muitas vezes, o uso excessivo de capital, investido a baixas taxas de retorno, para gerar crescimento de lucros (BCG/FGV, 1998) *apud* (Krauter, 2003). Em resposta a esse quadro, na década de 1980, as empresas passaram a buscar indicadores alternativos para medir desempenho e torná-lo perceptível aos proprietários.

As medidas de desempenho podem influenciar as empresas de duas maneiras: 1. A utilização de medidas correctas pode levar ao aumento do valor para o accionista; 2. O uso de medidas inadequadas pode levar a decisões e a comportamentos que destroem valor (BCG/FGV, 1998 *apud* Krauter, 2003).

Segundo Peterson e Peterson (1996) *apud* Krauter (2003), alguns factores devem ser considerados quando a empresa escolhe uma medida de desempenho financeiro. A medida escolhida não deve ser influenciada pelos métodos contábeis e deve levar em consideração: os resultados futuros e os riscos.

As medidas tradicionais de desempenho são baseadas em dados contábeis. Apresentam como vantagens o facto de as informações estarem disponíveis em relatórios financeiros, de serem facilmente calculadas e interpretadas (Peterson e Peterson, 1996 *apud* Krauter, 2003).

Referentes às medidas tradicionais de avaliação de desempenho, Martin e Petty (2000) *apud* Krauter (2003) apontam os seguintes problemas: os lucros contábeis e o fluxo de caixa não são iguais, os números contábeis não refletem o risco das operações, não consideram o custo de oportunidade do capital próprio nem o valor do dinheiro no tempo. Além disso, as práticas contábeis variam de uma empresa para outra, influenciando os lucros relatados. Como consequência, os lucros são um indicador insuficiente de criação de valor.

Muitas empresas descobriram que medidas de desempenho diferentes das medidas tradicionais reflectem melhor o desempenho e ajudam a vincular o planeamento e a tomada de decisões, mais estreitamente, com o objectivo de criar valor para os accionistas (BCG/FGV, 1999 *apud* Krauter, 2003).

Young e O'Byrne (2001) classificam as medidas de avaliação de desempenho em cinco categorias:

1. **Medidas de lucro residual:** cobram pelo custo de capital (próprio e de terceiros). Não incorporam a opinião do mercado sobre oportunidades de crescimento futuro. Ex: CVA (*Cash Value Added*), Lucro Económico, EVA (*Economic Value Added*);
2. **Componentes do lucro residual:** são os elementos do lucro que não incluem os custos do capital. Sua utilização é popular nos níveis inferiores da estrutura organizacional da empresa. Ex: EBIT (*Earnings Before Interest and Taxes*); EBITDA (*Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization*), que é o EBIT mais depreciações e amortizações; NOPAT (*Net Operating Profit After Taxes*); RONA (*Return On Net Assets*);
3. **Medidas baseadas no mercado:** são derivadas do mercado de capitais. Ex: TSR (*Total Shareholder Return*); MVA (*Market Value Added*). As medidas baseadas no mercado só estão disponíveis para as empresas de capital aberto com ações negociadas no mercado;
4. **Medidas de fluxos de caixa:** são desenhadas para contornar a influência do regime de competência utilizado na contabilidade. Ex: Fluxo de Caixa das Operações; Fluxo de Caixa Livre para os acionistas; CFROI (*Cash Flow Return On Investment*);
5. **Medidas de lucro tradicionais:** incluem as medidas que os executivos e os analistas externos têm focado há décadas. Ex: Lucro Líquido e Lucro por Acção.

O que distingue as medidas de cada uma dessas categorias é o modo como se comportam (Young e O'Byrne, 2001) em termos de: serem apresentadas em unidades monetárias ou em percentagem, incluírem o custo do capital de terceiros, o custo do capital próprio, serem mensuráveis em nível divisional.

Ross, Westerfield e Jordan (2000) *apud* Capobianco *et al.* (2012), por sua vez, agruparam os indicadores financeiros tradicionais nas seguintes categorias:

- a) **Medidas de solvência a curto prazo ou liquidez:** medem a capacidade da empresa de pagar suas contas a curto prazo. Incluem os índices de liquidez corrente, liquidez seca e liquidez imediata;
- b) **Medidas de solvência a longo prazo:** medem a capacidade da empresa de cumprir com suas obrigações a longo prazo. Estão incluídos o índice de endividamento geral, cobertura de juros e cobertura de caixa;
- c) **Medidas de gestão de activos ou giro:** determinam a eficiência ou intensidade com que a empresa utiliza seus activos para gerar vendas. Compreendem o cálculo de giro de *stock*, giro de contas a receber e giro do activo total;
- d) **Medidas de rentabilidade:** medem a eficiência com que a empresa usa seus activos e administra suas operações. Abrangem a margem de lucro, taxa de retorno do activo e taxa de retorno do capital próprio;
- e) **Medidas de valor de mercado:** utilizadas por empresas que possuem acções negociadas em bolsas. Estão incluídos o índice preço/lucro, preço/valor patrimonial.

Rummler e Brache (1994) *apud* Capobianco *et al.* (2012) afirmam que a medição é o elemento central no gerenciamento do desempenho. Ainda que tenha limitações, a utilização de medidas de desempenho contábil-financeiro é, na visão de Omaki (2005) o procedimento mais comum e sobre o qual existem inúmeros estudos comprovando sua validade.

2.6.3 Medidas Tradicionais de Desempenho

Peterson e Peterson (1996) *apud* Krauter (2003) defenderam que as medidas tradicionais de desempenho são baseadas em dados contábeis. Apresentam como vantagens o facto de as informações estarem disponíveis em relatórios financeiros, de serem facilmente calculadas e interpretadas.

Tradicionalmente a avaliação do desempenho financeiro baseia-se na informação contabilística proveniente de demonstrações financeiras, como é o caso do

Balanço, da Demonstração de Resultados e da Demonstração de Fluxos de Caixa (Santos, 2008).

A Demonstração de Resultados é uma das formas mais elementares de avaliação do desempenho, verificando-se os resultados gerados, sendo estes calculados através da diferença entre os rendimentos e os gastos de um determinado período (Mota e Custódio, 2008 *apud* Teixeira e Amaro, 2013).

Neste sentido, os indicadores normalmente referidos na bibliografia e estudos são os Resultados Operacionais (RO), os Resultados Operacionais Líquidos de Impostos (ROLI), os Resultados Antes de Impostos (RAI), os Resultados Líquidos (RL), os Resultados Por Acção (RPA) e os *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization* (EBITDA), que normalmente ajustam os resultados operacionais, adicionando-lhes os custos não desembolsáveis - amortizações e depreciações, imparidades e provisões do exercício (Young e O'Byrne, 2001).

Por sua vez Venkatraman e Ramanujam (1987) *apud* Silva e Boaventura (2011) entendem que o desempenho pode ser classificado em três níveis distintos:

- Domínio de desempenho financeiro;
- Domínio de desempenho financeiro + operacional (Desempenho das empresas); e
- Domínio da efectividade organizacional.

Contudo, esses autores classificam a análise da performance financeira em duas dimensões distintas: crescimento e rentabilidade. Acrescentam ainda que ambas as dimensões podem ser mensuradas por diversos índices comumente utilizados por académicos e executivos.

Por sua vez Berk e DeMarzo (2007) *apud* Silva e Boaventura (2011) sugerem que o indicador mais importante ao se estudar a rentabilidade de uma empresa é o lucro líquido. Também tratado como demonstrativo dos resultados, esse indicador lista o somatório de receitas e despesas da empresa ao longo de determinado período de tempo. Entre outros indicadores de desempenho e valor de uma empresa, os autores, destacam a margem operacional e a margem do lucro líquido. A primeira, trata da razão entre o Resultado Operacional (lucro antes do

pagamento de impostos) e suas receitas totais e a segunda é a razão entre o lucro líquido e a receita.

Já Ross, Westerfield e Jaffe (2009) *apud* Silva e Boaventura (2011) apresentam como medida de desempenho o retorno sobre o património líquido, que representa a rentabilidade de todo o capital próprio da empresa, correspondendo à taxa de retorno de todos os projetos acumulados. É definido pela razão entre o Lucro Líquido e o Património Líquido (também identificado como capital próprio).

Também Neves (2011) *apud* Teixeira e Amaro (2013) deu o seu contributo neste sentido, tendo apresentado como os indicadores mais citados na bibliografia e em estudos sobre avaliação do desempenho: o ROI - *Return On Investment* e a RCP - Rendibilidade dos Capitais Próprios. O ROI pretende medir a capacidade da actividade para remunerar os investimentos realizados através dos resultados gerados, independentemente de quem os financiou. Para tal, compara os resultados com o investimento, obtendo-se uma taxa de rendibilidade. Nos resultados, é usual serem considerados os Operacionais ou Operacionais Líquidos de Impostos. Já o investimento é normalmente representado pelo Activo Líquido Total (Neves, 2011 *apud* Teixeira e Amaro, 2013).

No que diz respeito à RCP, é calculada pela comparação dos Resultados Líquidos com os Capitais Próprios da empresa, determinando-se a remuneração dos proprietários, tendo em consideração os resultados que potencialmente lhes poderiam ser atribuídos e o investimento realizado por eles (Menezes, 2010 *apud* Teixeira e Amaro, 2013).

Já Neves (2011) *apud* Teixeira e Amaro (2013) recomenda para a avaliação do desempenho financeiro de uma empresa a utilização dos indicadores Valor Económico Criado (VEC) e Taxa Interna de Rendibilidade Efetiva (TIRE), que são medidas baseadas nos fluxos de caixa históricos.

Assim, em forma de resumo as medidas tradicionais de avaliação de desempenho mais citadas na literatura são (Krauter, 2003):

- Retorno sobre investimento (ROI – *Return On Investment*): é o quociente entre o Lucro e o Investimento;
- Retorno sobre o activo (ROA – *Return On Assets*): é o quociente entre o Lucro Operacional e o Activo Total. Mostra como os administradores estão utilizando os activos;
- Retorno sobre o património líquido (ROE – *Return On Equity*): é o quociente entre o Lucro Líquido e o Património Líquido. Mede a rentabilidade sobre os recursos investidos pelos proprietários;
- Retorno sobre os ativos líquidos (RONA – *Return On Net Assets*): é a relação entre o Lucro Operacional Líquido Após Imposto de Renda (NOPAT) e o total de Activos;
- Lucro por ação – LPA (EPS – *Earnings Per Share*): é a relação entre o Lucro Líquido e o número de ações da empresa; e
- Índice preço/lucro – P/L (PE – *Price-Earnings Ratio*): é a razão entre o Preço de Mercado da Ação e o Lucro Por Ação.

Contudo, Jordan *et al.*, (2008) *apud* Teixeira e Amaro (2013) chamam à atenção que a medição do desempenho financeiro apenas com base nos resultados contabilísticos, apresenta o condicionamento de não comparar a capacidade para criar lucros com as necessidades de investimento associadas, limitando a visão sobre a *performance* financeira das organizações.

2.7 Análise de um conjunto de estudos que estudaram a relação entre a inovação e o desempenho financeiro das empresas

Brito, Brito e Morganti (2009) num estudo realizado no Brasil, levantaram duas hipóteses no estudo com empresas do sector químico brasileiro, isto é, quanto maior o investimento em inovação, maior a lucratividade e quanto maior investimento em inovação maior o crescimento, ou seja, evolução da receita

líquida. Realizando-se análises estatísticas, verificou-se que não há associação entre investimento em inovação e maior lucratividade.

Por sua vez, Amaral e Lima (2011) *apud* Silveira e Oliveira (2013) também apontaram em seu estudo que as empresas inovadoras não possuem desempenho financeiro mais elevado do que as empresas não inovadoras, não há correlação entre inovação e lucratividade. Brito, Brito e Morganti (2009) não encontraram relação entre inovação e lucratividade, porém encontraram associação entre investimento em inovação e crescimento da Receita Líquida.

Já Gallon, Reina e Ensslin (2010) apontam que houve aumento do facturamento de micro e pequenas empresas Catarinenses após receber subvenção do Projecto Juro Zero da FINEP (Financiadora de Estudos e Projectos). Portanto, também pode-se relacionar inovação ou projetos de inovação com facturamento. Para a análise, Gallon, Reina e Ensslin (2010) utilizaram os períodos pré-financiamento e pós-financiamento, tendo concluído que houve melhoria no período pós-financiamento, isto é, ao nível da Margem Líquida, do Giro do Activo, da Rentabilidade do Activo, entre outros.

Também vários são os estudos em que assumiram como pressupostos que a Inovação melhora o Desempenho Financeiro da empresa, tendo concluído que a medição dos potenciais benefícios de actividades inovadoras em qualquer empresa está normalmente relacionada com o sucesso de novos produtos ou serviços (Zahra *et al.*, 1993 e Calantone *et al.*, 1995 *apud* Madeira, 2012). De acordo com Kleinschmidt e Cooper (1991) *apud* Madeira (2012) existem evidências estatísticas de que existe uma relação positiva entre a Inovação e o Desempenho Financeiro da empresa. Tendo analisado a relação entre Inovação e o Desempenho Financeiro da empresa na área do produto e o seu impacto sobre a Rendibilidade, medida pela taxa de sucesso e pelo rácio de retorno Sobre o Investimento (ROI).

Também Damanpour e Evan (1984) *apud* Madeira (2012) concluíram que existe uma relação positiva entre uma empresa inovadora e a sua performance financeira. Mesmas conclusões foram retiradas por Subramanian e Nilakanta (1996), isto é, a capacidade de Inovação afecta positivamente a performance da

empresa, tendo neste caso sido medido pelo rácio de Retorno dos Activos (ROA) e pelos depósitos efectuados nos bancos.

Na mesma linha de pensamento estão Jiménez e Valle (2011) *apud* Madeira (2012) tendo verificado que a Inovação apresenta um positivo e significativo efeito sobre a performance da empresa. Por sua vez Cho e Pucik (2005) *apud* Madeira (2012) concluíram que existe uma relação directa entre a capacidade de Inovação de uma empresa e três medidas de medição de *performance* financeira, isto é, a Dimensão, a Rendibilidade e o Valor de mercado.

Roberts e Amit (2003) concluíram que, de uma forma geral, empresas mais inovadoras obtêm melhores resultados financeiros, conseguindo assim um desempenho superior ao nível de *performance* financeira. Por outro lado, não existe evidência de que empresas com actividade inovadora pioneira na indústria em que se inserem, obtêm melhor desempenho financeiro. Isto significa que não é estritamente necessário que os actos de inovação desenvolvidos por uma empresa tenham necessariamente que ser completamente novos, para que possam diferenciar a empresa dos seus concorrentes.

Ainda de acordo com os mesmos autores, a *performance* financeira das empresas é função da sua história ou passado, ligados a actividades inovadoras e não dependente das actividades inovadoras que desenvolvem num dado momento. Desta forma, confirma-se que as empresas melhoram a sua *performance* financeira à medida que ao longo do tempo vão tornando mais consistente a sua actividade inovadora (Roberts e Amit, 2003).

Por sua vez Pazos *et al.* (2004) *apud* Barbosa (2006) no seu estudo, cujo objectivo era analisar a situação de empresas em matéria de inovação, identificaram a existência de três *clusters*, sendo de destacar a relação encontrada entre inovação e desempenho obtido pelas empresas, da seguinte forma:

- (i) *cluster* 1, empresas não inovadoras e pouco eficientes, formados basicamente por microempresas, que realizam a sua actividade em mercados locais, apresentam os piores rácios ao nível financeiro;

- (ii) *cluster 2*, empresas inovadoras altamente eficientes, são empresas de maior dimensão, com um volume de vendas elevado e que têm um bom comportamento face à inovação. São empresas cuja rentabilidade económica é elevada, apresentando bons rácios financeiros; e
- (iii) *cluster 3*, empresas inovadoras eficientes, constituído por empresas com uma situação favorável ao nível de inovação e rácios económico-financeiros com valores intermédios. Ou seja, é um *cluster* constituído por empresas que têm um bom comportamento inovador, mas que, no entanto, não conseguem alcançar os rácios económico-financeiros que seriam desejáveis.

Também Mogollón e Vaquero (2004) *apud* Barbosa (2006) confirmam a existência de uma relação positiva e directa entre a inovação e os resultados da empresa, medidos através dos resultados percebidos e do êxito alcançado com novos produtos. Também Zahra *et al.* (1988) *apud* Barbosa (2006) haviam já evidenciado esta relação positiva entre intensidade de inovação e resultados obtidos pela empresa.

Tendo em conta as evidências empíricas destes estudos analisados optou-se por analisar o contributo da capacidade inovadora empresarial no desempenho financeiro das empresas industriais em São Vicente, Cabo Verde, isto é, nos seguintes indicadores de desempenho financeiro: Volume de vendas, Resultado de exploração, Resultado Líquido, Activo Líquido, Capital Próprio e Passivo.

Assim, e com base ainda nestes estudos analisados, assume-se como hipóteses para esta investigação que:

- **H1** - Existe uma associação estatisticamente significativa entre os níveis de investimentos em **inovação de produtos** e o desempenho financeiro das empresas industriais de São Vicente (Volume de Vendas, Resultado de Exploração, Resultado Líquido, Activo Líquido, Capital Próprio e Passivo)
- **H2** - Existe uma associação estatisticamente significativa entre os níveis de investimentos em **inovação de processos** e o desempenho financeiro das empresas industriais de São Vicente (Volume de Vendas, Resultado

de exploração, Resultado Líquido, Activo Líquido, Capital Próprio e Passivo)

- **H3** - Existe uma associação estatisticamente significativa entre os níveis de investimentos em **inovação tecnológica** e o desempenho financeiro das empresas industriais de São Vicente (Volume de Vendas, Resultado de exploração, Resultado Líquido, Activo Líquido, Capital Próprio e Passivo)

2.8 Conclusão

Neste capítulo procurou-se abordar a questão da inovação e do desempenho financeiro. Assim analisou-se um conjunto de conceitos e abordagens desenvolvidos em torno destes conceitos, tendo concluído que a inovação exerce influência nos indicadores de Desempenho Financeiro das empresas.

Posteriormente, fez-se uma análise de um conjunto de estudos científicos testados em diferentes partes do mundo, tendo concluído que na sua maioria existe uma relação directa entre a capacidade de Inovação de uma empresa e as medidas de medição da performance financeira.

Com base nos resultados dos estudos analisados e da revisão teórica efectuada levantou-se um conjunto de hipóteses de investigação que serão testadas neste estudo.

Capítulo 3. **Caracterização do Sector Industrial de São Vicente**

3.1 Introdução

O contexto económico em que vivemos actualmente é preocupante e está sendo considerado por muitos um desafio para as economias mundiais. Dada a globalização das referidas economias internacionais, essa problemática também tem vindo a afectar progressivamente a economia Cabo-verdeana e o sector empresarial tem sido afectado por esta conjuntura.

Assim, para melhor perceber o tecido empresarial caboverdeano, neste capítulo objectiva-se fazer uma breve caracterização do sector empresarial de Cabo Verde e da ilha de São Vicente enquanto objecto desta investigação.

3.2 Apreciação geral

Considerando o facto do território nacional ser descontínuo, com escassez de recursos naturais e com fraco poder de compra, torna-se necessário criar, impreterivelmente, estratégias de cooperação económica e de desenvolvimento, de forma a dinamizar e maximizar este mercado, para contornar as dificuldades impostas pelas conjunturas nacional e internacional (MTIDE, 2013).

O Governo tem vindo a desempenhar o seu papel no que se refere ao melhoramento das condições de atracção ao investidor nomeadamente, a criação da ADEI - Agência de Desenvolvimento Empresarial e Inovação para apoiar as pequenas e médias empresas na orientação do desenvolvimento dos seus negócios, do Instituto de Propriedade Intelectual para protecção das criatividades (marcas, patentes, desenhos industriais e outras invenções), do Instituto Nacional de Qualidade para certificação das empresas, bem como na criação de normas e padrões de produção e prestação de serviços de qualidade, a revisão da legislação industrial em 2010, que coloca a disposição das empresas um conjunto de incentivos e benefícios fiscais e aduaneiros, entre outros (MTIDE, 2013).

Entretanto, na opinião dos operadores ainda existem alguns constrangimentos que têm vindo a dificultar e a contribuir para o fraco desenvolvimento do sector industrial, designadamente (MTIDE, 2013):

- A carga fiscal muito pesada;
- Os custos elevados de electricidade;
- Água e telecomunicações;
- Dificuldades no acesso ao crédito bancário para financiamento dos projectos;
- Aquisição de terrenos para construção das próprias instalações;
- Entre outros.

3.3 Caracterização do Sector Empresarial de Cabo Verde

Para que se tenha o conhecimento da importância das Empresas na economia caboverdeana e conhecer melhor o tecido Empresarial de Cabo Verde, houve-se a necessidade de recorrer às unidades Estatísticas disponibilizadas pelo INE, referente ao IV Recenseamento Empresarial de Cabo Verde, 2012 (INE, 2012).

Em síntese, é importante salientar que em 2012, Cabo Verde contava com 10.101 empresas (Ver Tabela 4), ou seja, 1.385 a mais do que em 2007 (15.9%), aquando da realização do III Recenseamento Empresarial (INE, 2012).

Os dados do IV Recenseamento Empresarial indicam ainda que, o efectivo de empresas activas cresceu 2,5 % (Ver Tabela 5), o número de pessoal ao serviço diminuiu 3,7 % (Ver Tabela 6) e o volume de negócios diminuiu 3 % face ao ano 2011 (Ver Tabela 7), em termos nominais (INE, 2012).

Em termos absolutos o número de empresas activas foi de 9.177 empresas (220 empresas a mais do que em 2011), empregando cerca de 51.411 pessoas na última semana de Dezembro de 2012 (1.983 pessoas a menos do que em igual período de 2011), gerando um volume de negócios de 250.821.807 contos (7.618.733 contos a menos do que no ano económico de 2011) (INE, 2012).

Tabela 4: Evolução das Empresas de 1997 a 2012

Empresas Existentes 1997 - 2012				
Cabo Verde	1997	2002	2007	2012
Total	6.809	7.180	8.716	10.101

Fonte: INE (2012)

Também em relação ao número de Empresas Activas registou-se um aumento de 4,0% da taxa média anual de 2007 a 2012. O Número de Empresas Activas em 2012 aumentou 2,5 % em relação ao ano 2011, ou seja mais 220 Empresas. Observa-se também que a ilha com maior número de empresas activas é a ilha de Santiago, onde registou um aumento residual, alcançando um total de 4.062 empresas em 2012. A que tem um menor número de empresas activas é a ilha da Brava, onde se regista um ligeiro aumento de 2007 a 2009, mas diminui de 2009 a 2012 para 129 empresas (Ver Tabela 5) (INE, 2012).

Tabela 5: Evolução das empresas activas de 2007 a 2012

Empresas Activas						
Cabo Verde	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Santo Antão	522	564	576	618	608	804
São Vicente	1.531	1.584	1.725	1744	1.719	1.807
São Nicolau	306	327	359	404	313	328
Sal	775	867	883	931	932	910
Boavista	202	257	201	241	303	373
Maio	185	180	264	203	215	211
Santiago	3.233	3.381	3.769	3.928	4.056	4.062
Fogo	621	522	614	656	665	553
Brava	136	184	205	174	146	129
Total	7.512	7.865	8.597	8.899	8.957	9.177

Fonte: INE (2012)

Contudo, nota-se que o emprego nas empresas diminuiu **4,5 %** em 2012, isto em relação ao ano 2011 (Ver Tabela 6) (INE, 2012).

Tabela 6: Evolução do Emprego nas Empresas de 2007 a 2012

Pessoas ao Serviço nas Empresas						
Cabo Verde	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	46.567	47.771	50.190	52.079	53.394	51.411

Fonte: INE (2012)

A mesma tendência também foi registada em relação ao Volume de Negócio, isto é, diminuiu 3,1% em 2012, comparativamente com o ano 2011 (- 7,6 milhões de contos) (Ver Tabela 7) (INE, 2012).

Tabela 7: Evolução do Volume de Negócios de 2007 a 2012

Volume de Negócios (contos)						
Cabo Verde	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	191.284.853	200.346.562	205.112.922	230.552.250	258.440.540	250.821.807

Fonte: INE (2012)

Já a Facturação Média por Trabalhador aumentou ligeiramente nos últimos anos (Ver Tabela 8) (INE, 2012).

Tabela 8: Evolução da Facturação média por Trabalhadores de 2007 a 2012

Facturação média (contos) por Trabalhador 2007 - 2012						
Cabo Verde	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	4.108	4.194	4.087	4.427	4.840	4.879

Fonte: INE (2012)

3.4 Caracterização do Sector Industrial de São Vicente

Apesar de o tecido industrial ser considerado a força motriz do crescimento e do desenvolvimento de um país, infelizmente ainda em Cabo Verde tal não acontece. Não obstante, termos uma legislação industrial nova e moderna publicada em 2010, com incentivos para as empresas, a atracção para investir no sector industrial ainda está muito incipiente.

Na opinião dos operadores, a lei da Política Industrial é pouca incentivadora, pois para eles a carga fiscal ainda é considerada muito pesada, sentem muitas dificuldades no acesso ao crédito bancário para financiamento dos projectos, os custos de electricidade, água e telecomunicações continuam a ser muitos elevados em comparação com outros países. Além disso, a escassez de recursos naturais como fonte de matérias-primas e com a abertura total do mercado veio provocar cada vez mais a concorrência desleal. Essas são alguns dos

constrangimentos apontados pelos operadores e considerem estar a contribuir para o fraco desenvolvimento do sector (MTIDE, 2013).

Neste sentido, convém referir que é necessário combater todas essas adversidades enfrentadas. Para tal, as empresas deverão estar preparadas para certificar e apostar fortemente numa produção de qualidade, que dará garantias e confiança ao consumidor. Só assim é possível abastecer o mercado nacional de um produto concorrencial e a altura de outros produtos importados do exterior.

Em São Vicente, o sector industrial é essencialmente caracterizado por uma indústria transformadora, composta por um número razoável de unidades industriais de pequena e média dimensão, abrangendo áreas tais como: a indústria alimentar (produção de gelados, conserva de peixe, indústria de panificação e pastelaria, moagem de cereais, produção de massas alimentares, torrefacção de café, camoca, produção de chocolate, produção de produtos de confeitaria, abate de animais, transformação e embalagem de carnes e rações para animais), a indústria de bebidas (produção de água dessalinizada, produção e engarrafamento de água natural, produção de aguardente e derivados, produção de refrigerantes), a indústria do tabaco, indústria têxtil (confeção de vestuário), indústria química (produtos de limpeza e higiene, sabões e gás industrial), fabricação de materiais de embalagens, indústria de construção civil, indústria do calçado, indústria de carpintaria e marcenaria, indústria de tipografia de artes gráficas, fabricação de mobiliários metálicos, serralharia em alumínio e ferro, fundição de metais, serviços prestados a empresas industriais, construção e reparação naval, produção de inertes, fabricação de produtos a base de cimento, entre outros (MTIDE, 2013).

É um sector que ainda se encontra pouco diversificado sendo constituído na sua maioria por empresas de pequena e média dimensão, empregando em média entre 10 a 19 trabalhadores. De realçar que apenas 10% do total das empresas activas empregam mais de 100 trabalhadores e a maioria se encontra ligada ao investimento externo (MTIDE, 2013).

O sector empresarial tem vindo a contribuir de forma significativa para a melhoria do desenvolvimento da ilha, embora o emprego e a exportação continuem a ser

bastante limitados, não obstante o conjunto de medidas de reforma económica introduzidas no país, assentes no princípio de economia do mercado, concedendo total abertura ao sector privado, nacional e estrangeiro, bem como de um leque de incentivos exclusivos as actividades industriais (MTIDE, 2013).

A partir de 1993, com o aparecimento das empresas Francas na ilha, assistiu-se a um novo incremento das exportações, sustentando por essas unidades que têm vindo a assumir uma posição de destaque na estrutura industrial.

Dessas empresas industriais podemos destacar a indústria de calçado, as confecções de vestuários e conservas de pescado que têm vindo a contribuir para a criação de muitos postos de trabalhos, assim como no aumento das exportações do país. Actualmente em São Vicente existe cerca de **92** empresas industriais, consideradas activas que empregam um total de **3. 567** trabalhadores (MTIDE, 2013).

Assim, no âmbito deste trabalho objectiva-se analisar o contributo da capacidade inovadora das empresas industriais da ilha de São Vicente no desempenho financeiro, nomeadamente as Indústrias transformadoras, alimentares, de bebidas, de tabaco, têxteis, químicas, de construção civil, do calçado, de carpintaria e marcenaria, da tipografia e artes gráficas, de fabricação de mobiliários metálicos, de serralharia em alumínio e ferro, de fundição de metais, da construção e reparação naval, da produção de inertes, da fabricação de produtos a base de cimento, etc.

3.5 Conclusão

Neste capítulo fez-se uma breve caracterização do sector empresarial de Cabo Verde com base em dados do INE e uma caracterização do sector industrial da ilha de São Vicente com base em dados do MTIDE (Direcção Regional Norte do Ministério do Turismo, investimento e desenvolvimento empresarial – São Vicente, 2013).

Os dados do IV Recenseamento Empresarial indicaram, em termos nominais, que ao número de empresas activas registou-se um aumento de 4% da taxa média anual de 2007 a 2012, sendo a ilha de Santiago com maior número de empresas

activas. O número de pessoal ao serviço diminuiu 3,7% e o volume de negócios diminuiu 3,1% face ao ano 2011. Em relação a Facturação Média por Trabalhador, este aumentou ligeiramente nos últimos anos.

Em São Vicente, o sector industrial é essencialmente caracterizado por uma indústria transformadora, composta por um número razoável de unidades industriais de pequena e média dimensão e é um sector que ainda se encontra pouco diversificado.

O sector empresarial tem vindo a contribuir de forma significativa para a melhoria do desenvolvimento da ilha, embora o emprego e a exportação continuem a ser bastante limitados, e embora existam alguns constrangimentos que estão a contribuir para o fraco desenvolvimento do sector, como por exemplo a carga fiscal muito pesada, dificuldades no acesso ao crédito bancário, os custos de electricidade, água e telecomunicação, a escassez de recursos naturais e outros, apontados pelos operadores.

Capítulo 4. Metodologia da Investigação

4.1 Introdução

Para produzir ciência, é preciso seguir determinados procedimentos que permitem alcançar o fim procurado. Não é possível obter um conhecimento racional, sistemático e organizado, actuando de qualquer modo. É necessário seguir um método, um caminho concreto que nos aproxime dessa meta (Vilelas, 2009).

Assim, este capítulo tem como objectivo apresentar o modelo de identificação das tipologias de inovação adoptadas pelas empresas da ilha de São Vicente e o seu impacto no desempenho financeiro das mesmas, bem como os métodos utilizados na recolha e análise de dados, que permitirão confirmar ou não as hipóteses e os objectivos da presente investigação.

4.2 Modelo de Identificação da Inovação

Objectivando apresentar uma metodologia para identificação da inovação adoptada pelas empresas da ilha de São Vicente e o seu impacto no desempenho financeiro, desenvolveu-se um modelo que teve por base a fundamentação teórica e as conclusões de alguns estudos já realizados (Figura 2.1).

Neste sentido, para que se chegasse ao modelo delimitou-se a inovação, tendo em conta as perspectivas de vários autores, tendo optado pela análise somente das inovações aplicadas ao nível do produto, processo e tecnologia.

Em termos de desempenho das empresas também delimitou este conceito, que é transversal, tendo optado somente pelos indicadores do desempenho financeiro das empresas, uma vez que é este o foco do trabalho, nomeadamente o Capital Próprio, o Volume de Vendas, os Resultados Exploração, o Activo Líquido, os Resultados Líquidos e o Passivo.



Figura 2.1: Modelo de identificação dos impactos da inovação no desempenho financeiro das empresas

4.3 Identificação da população em estudo e apresentação da técnica de amostragem

Uma população ou universo é qualquer grupo de elementos (pessoas, objectos, empresas, etc.) com uma ou mais características em comum. A população pode ser finita ou infinita. Para Hill e Hill (2009) do ponto de vista estatístico, uma População ou Universo é o conjunto de valores de uma variável sobre a qual pretendemos tirar conclusões. Ainda, Vilelas (2009) afirma que a população é o conjunto de todos os indivíduos nos quais se desejam investigar algumas propriedades. Este conjunto tem uma ou mais características comuns, e encontram-se num espaço ou território conhecido. Segundo Rea e Parker (2000), o universo “(...) é a população teórica para qual o pesquisador deseja generalizar as constatações do estudo (...)” e ainda Sousa e Baptista (2011) acrescentam que “podem ser pessoas singulares, famílias, empresas ou qualquer tipo de entidade para o qual o investigador pretende retirar conclusões, a partir da informação fornecida” (Lima, 2013).

Contudo, na dificuldade de estudar a totalidade da população, selecciona uma amostra que de acordo com Vicente, Reis e Ferrão (2001) é o subconjunto de elementos pertencentes a uma população. Por sua vez Vilelas (2009) define a

amostra, num sentido amplo, dizendo que nada mais é do que uma parte do todo a que chamamos população e que a representa.

Também neste estudo, é necessário definir a população em estudo, isto é, a amostra.

Assim, Vilelas (2009) defende que existem dois métodos para a selecção da amostra: o probabilístico e o não probabilístico.

O primeiro tende a demonstrar a representatividade da amostra, ou seja, cada um dos elementos da população tem a mesma probabilidade de ser seleccionado, e engloba a amostragem aleatória simples, sistemática, estratificada, por *clusters*, multi-etapas e a multi-fases. Enquanto que no segundo método, os vários elementos da população não possuem a mesma probabilidade de fazerem parte da amostra e integra por sua vez a amostragem por conveniência, a por quotas, intencional, *Snowball* e *Random Route* (Vicente, Reis e Ferrão, 2001).

No âmbito deste trabalho, optou-se por utilizar uma técnica de amostragem probabilística, mais concretamente a aleatória simples. Esta decisão é suportada pelo facto da população em estudo ser relativamente pequena, e como tal é possível conhecer taxativamente cada um dos elementos (Vilelas, 2009). E ainda o mesmo autor enfatiza que esta técnica baseia-se na elaboração de uma lista de todos elementos que constituem a população e numerando correlativamente cada um deles e como tal, a probabilidade que cada um dos elementos tem de aparecer na amostra é a mesma (Vilelas, 2009).

Assim, a dimensão da amostra deve ser calculada de forma a que possibilite ao investigador generalizar à toda a população os resultados obtidos a partir da amostra.

Para determinar o tamanho da amostra tivemos que ponderar a dimensão do universo que pode ser infinito >100.000 unidades ou finito <100.000 unidades. Através dos dados fornecidos pela Direcção Regional Norte de Turismo (DREN) obtivemos o número total de 92 empresas industriais activas em São Vicente. Por se tratar de uma população finita (<100 000 unidades), utilizou-se a seguinte expressão:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{Z^2 \times p \cdot q + E^2 \times (N-1)}$$

Nesta expressão, Z assume-se como o valor associado ao nível de confiança. Para este estudo, utilizou-se um nível de confiança de 95%, sendo assim **Z**= 1,96 (Denker, 2000). **P** e **Q**= 50%, que correspondem à probabilidade de respostas associadas às características deste estudo. **N**= 92 corresponde ao tamanho do universo para o qual está direccionado este estudo, isto é, indústrias activas localizadas na ilha de São Vicente, licenciadas no cadastro industrial da Direcção Regional Norte do Barlavento, até Dezembro de 2013. **E**² corresponde a 5%, isto é, a margem de erro estipulada.

Assim, o tamanho da amostra obtida foi 74. No entanto, conseguiu aplicar-se um total de 35 questionários, uma vez que as restantes empresas recusaram responder por completo.

De forma a analisar as possíveis dificuldades na resposta ao questionário e consequentemente a sua validação efectuou-se um pré-teste entre os dias 24 e 25 de Julho, tendo-se viabilizado a exequibilidade do instrumento de recolha de dados.

4.4 Instrumento de recolha de dados

O método para recolha dos dados para este trabalho foi a do inquérito por questionário, isto por ser a que mais se adapta aos objectivos de um estudo desta natureza, e também, devido à inexistência de dados secundários que permitam responder aos objectivos previamente delineados. De acordo com Ketele e Roegiers (1993) e Gomes (2014) “este instrumento permite recolher informações sobre um determinado assunto preciso, junto de uma população, com uma amostra determinada e com o objectivo de caracterizar certos parâmetros”. E, de acordo com Dencker (2000) este é um método que tem como finalidade obter de forma sistemática e ordenada, informações sobre as variáveis que intervêm numa investigação, em relação a uma população ou amostra determinada.

Assim, a construção do instrumento de recolha de dados para este estudo teve por base a revisão bibliográfica efectuada nos capítulos anteriores, sobre a inovação, o desempenho financeiro e o impacto da inovação na *performance* financeira das empresas, bem como da adaptação das variáveis utilizados nos questionários dos estudos de Marques (2004), Barbosa (2006), Gomes (2009) e Rolim (2011).

4.5 Estrutura do Questionário

O questionário foi dividido em 6 partes partes, sendo esta dividida da seguinte forma:



Neste estudo as questões do questionário aplicado são maioritariamente questões fechadas, isto tendo em conta o objectivo do mesmo e os recursos disponíveis, que são pormenores que de acordo com Lima (2008) devem ser tidas em conta.

Lima (2008) recomenda ainda a utilização de linguagem simples, directa e objectiva, materializada em questões curtas. Com base na revisão bibliográfica e nas características do local em análise, solicitou-se aos inquiridos que efectuassem uma avaliação (de acordo com uma escala de Likert, de 1 a 5, onde 1 é o mínimo e 5 o máximo) de uma série de atributos (Lima, 2008).

4.6 Método de aplicação do questionário e recolha de dados

Tendo em atenção os diferentes métodos de administração de questionários que poderiam ser utilizados nesta investigação optou-se pelo método de

administração directa. Apesar de este método estar associado a custos financeiros e temporários elevados é o método que permite obter melhores taxas de resposta (Lopes, 2010).

Após a aplicação dos inquéritos, fez-se a análise estatística dos dados recolhidos que, posteriormente, possibilitou a discussão dos resultados e retirar as conclusões do estudo. Assim, recorreu-se aos métodos de análise de estatística univariada (frequências e estatísticas descritivas), e bivariada (análise do coeficiente de correlação de Pearson). Recorreu-se ao programa informático SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) - versão 17.0, para realizar a análise estatística.

4.7 Conclusão

Em suma, neste capítulo procurou-se descrever as estratégias e o método usado para realização do desiderato deste trabalho.

Identificou-se o método de recolha de dados adequado aos objectivos do trabalho. E para a análise dos dados recolhidos recorreu-se a análise de estatística univariada e bivariada e ao programa informático SPSS para realizar a análise estatística.

Capítulo 5. Análise e Discussão dos Resultados

5.1 Introdução

Para dar resposta aos objectivos inicialmente traçados neste estudo, foi necessário proceder à análise e tratamento dos dados recolhidos com recurso ao *software* SPSS.

Assim, neste capítulo far-se-á uma análise univariada dos dados, onde se pretende caracterizar o perfil das empresas inquiridas e também analisar as inovações ao nível dos produtos, processos e Tecnologias, os impactos das inovações, os recursos empregues em actividades de inovação e os factores influenciadores e inibidores a inovação. Posteriormente, far-se-á uma análise bivariada dos dados, através da análise do Coeficiente de Correlação de Pearson, pela qual proceder-se-á a análise do impacto da inovação no desempenho financeiro das empresas inquiridas.

5.2 Caracterização do perfil das empresas inquiridas

A caracterização do perfil das 35 empresas industriais inquiridas na ilha de São Vicente teve por base as seguintes variáveis:

- Ano de fundação da empresa;
- Ramo de actividade;
- Classificação jurídica;
- Número de empregados;
- Nível de instrução;
- Estádio de ciclo de vida da empresa.

Ano de fundação da empresa e Classificação Jurídica da empresa

Como se pode constatar na Figura 3.1, no que diz respeito ao ano de fundação das 35 empresas inquiridas, estas foram fundadas entre os anos 1952 e 2012, sendo o ano de 2012 com maior percentagem, isto é, cerca de 14.3%.

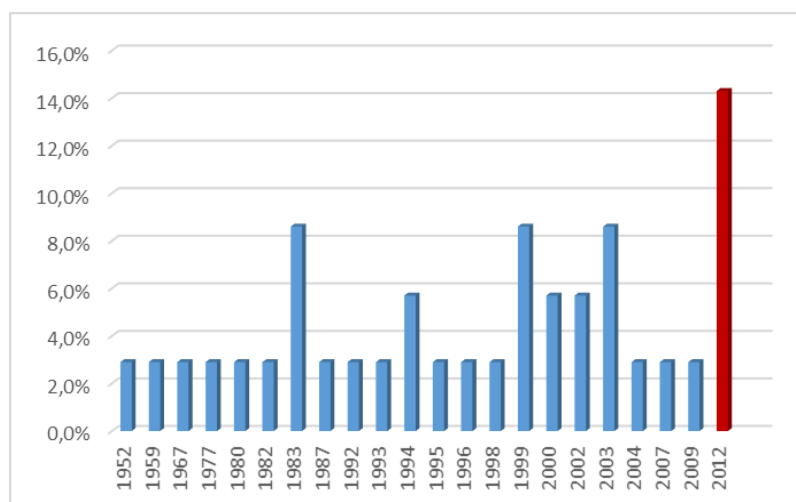


Figura 3.1: Ano de fundação das empresas

Quanto à classificação jurídica, das 34 empresas que responderam ao questionário, 41% correspondem a Sociedade por quotas, 32% a Sociedade unipessoal por quotas e 27% a Sociedade anónima. Dos restantes tipos de classificação jurídica existentes na legislação Caboverdeana, nenhuma se enquadrava nelas (Figura 3.2).



Figura 3.2: Classificação Jurídica das empresas

Ramo de actividade

No que diz respeito ao ramo de actividade, destaca-se o ramo da tipografia e artes gráficas com 11.4%, seguido das indústrias de tratamento e engarrafamento de aguardente e derivados, indústria de panificação e fabricação de obras de madeira com 8.6% cada (Figura 3.3).

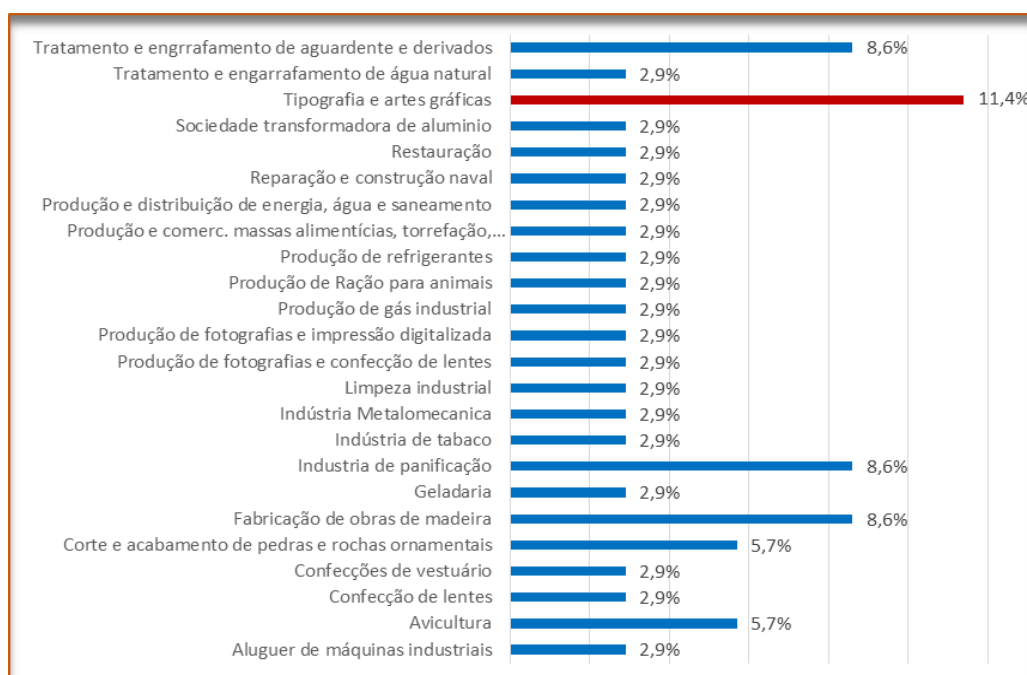


Figura 3.3: Ramos de actividade das empresas

Número de empregados nos últimos 4 anos

Das 34 empresas que responderam ao questionário, pode-se constatar que o número médio de empregados em 2010 foi de 50. Já em 2013 o número médio foi de 54, tendo registado um ligeiro aumento do número de empregados nos últimos 4 anos (Tabela 9).

Tabela 9: Número de empregados nos últimos 4 anos

Nº de Empregados							
2010		2011		2012		2013	
Média	D.Padrão	Média	D. Padrão	Média	D. Padrão	Média	D. Padrão
50,35	130,816	50,44	129,741	54,44	132,421	54,38	132,503

Nível de instrução dos empregados no ano 2013

Relativamente ao nível de escolaridade da amostra inquirida (33 empresas) é maioritariamente constituída por pessoas com o 3º Ciclo (11º e 12º ano de escolaridade), isto é, com uma média de 15 empregados, enquanto que os níveis de Mestrado e Doutoramento tiveram menor média (Tabela 10).

Tabela 10: Nível de instrução dos empregados em 2013

Nível de instrução dos Empregados															
Ensino Básico		1º Ciclo		2º Ciclo		3º Ciclo		Bacharelato		Licenciatura		Mestrado		Doutoramento	
Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão
12,55	22,264	4,12	10,977	8,85	29,725	15,36	65,97	2,03	7,605	3,94	13,964	0,15	0,442	0,09	0,522

Etapas do ciclo de vida das empresas

No que diz respeito ao ciclo de vida das empresas, das 35 empresas inquiridas, pode-se constatar que a maior parte, isto é, cerca de 57% atingiram o estágio de Maturidade, seguida dos que se encontram na fase de Crescimento (37%) e por último de Declínio (6%).

5.3 Inovações ao Nível dos Produtos

Para se proceder à caracterização das inovações ao nível dos produtos, analisou-se primeiramente se as 35 empresas introduziram algum produto novo ou significativamente aperfeiçoado, mas já existente no mercado nacional e/ou se introduziram algum produto novo para o mercado nacional. Nos dois casos a resposta que prevalece é “não”, sendo que no primeiro caso registaram cerca de 66% e no segundo 57%, o que significa que a maior parte das empresas em São Vicente não têm inovado a nível dos produtos nos últimos 4 anos (Figura 3.4 e 3.5).

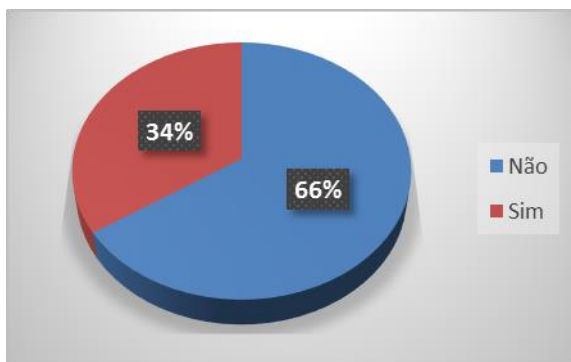


Figura 3.4: Produto novo, mas já existente no mercado nacional

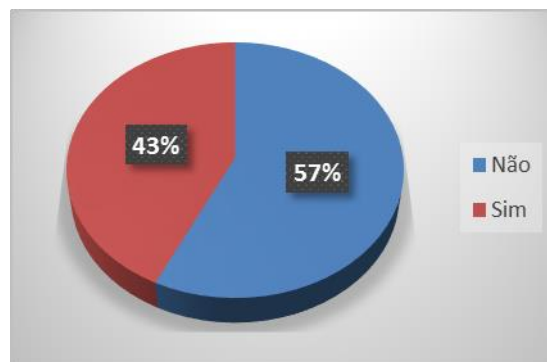


Figura 3.5: Produto novo para o mercado nacional

Das 17 empresas que responderam que introduziram algum produto novo ou significativamente aperfeiçoado, a maioria (70,6%) respondeu que quem desenvolveu esses produtos foi a sua empresa, o que permite concluir que as empresas em São Vicente focalizam-se no desenvolvimento dos produtos internamente e somente 11,8% procura a inovação dos seus produtos em outras empresas (Figura 3.6).

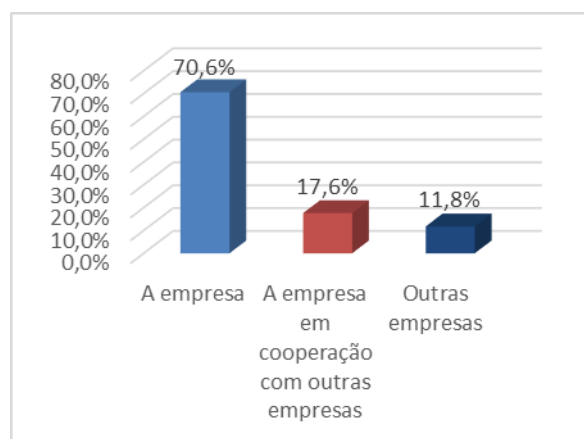


Figura 3.6: Ramos de actividades das empresas

Sendo que, como se pode-se verificar na figura abaixo, os principais produtos novos ou substancialmente aperfeiçoado lançados no mercado pelas empresas inquiridas (Figura 3.7), foram:

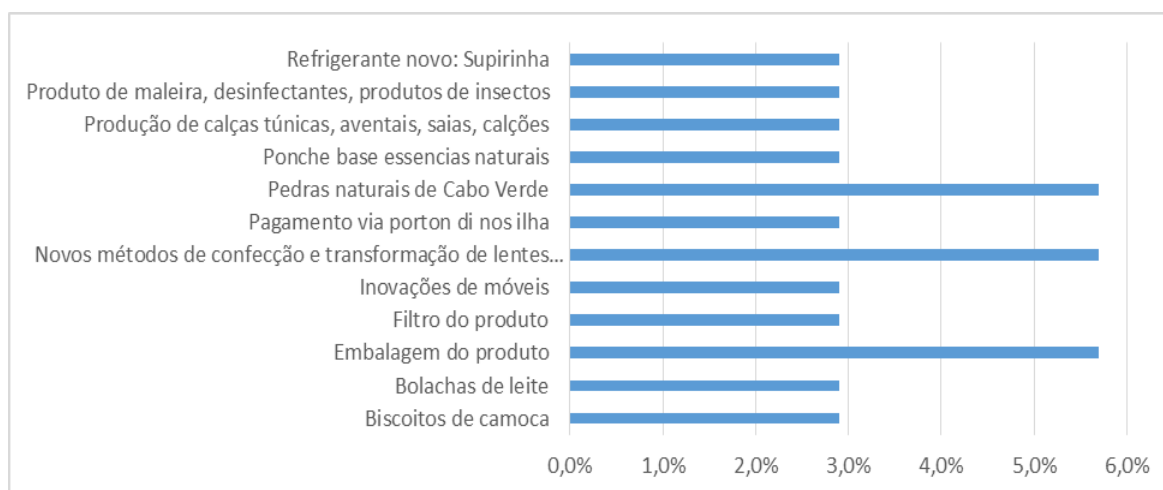


Figura 3.7: Descrição dos principais produtos introduzidos pelas empresas

Por outro lado 59% dessas empresas consideram que esses produtos são novos para o mercado nacional, mas já existente no mercado mundial, contudo, esses produtos são completamente novos para a empresa (Figura 3.8 e 3.9).



Figura 3.8: Relação dos produtos novos para a empresa, para o mercado nacional e para o mercado mundial

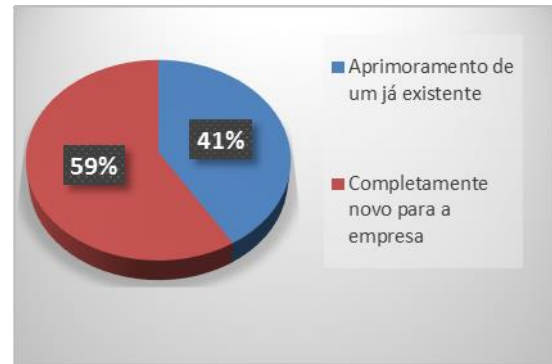


Figura 3.9: Relação dos produtos completamente novo para a empresa e melhoria de um já existente

5.4 Inovações ao Nível dos Processos

Para se proceder à caracterização das inovações ao nível dos processos (adopção de métodos de produção novos ou melhorados, incluindo métodos de distribuição de produtos), analisou-se primeiramente se a empresa introduziu algum processo novo ou substancialmente aperfeiçoado. Em relação a introdução de algum processo tecnologicamente novo ou melhorado, das 35 empresas inquiridas, 66% responderam positivamente (Figura 3.10). Já em relação à introdução de algum processo tecnologicamente novo ou melhorado para o mercado nacional, apenas 14% das empresas responderam positivamente (Figura 3.11).

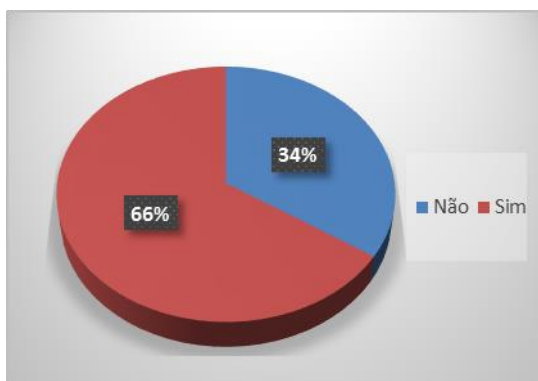


Figura 3.10: Introduziu algum processo novo para a empresa

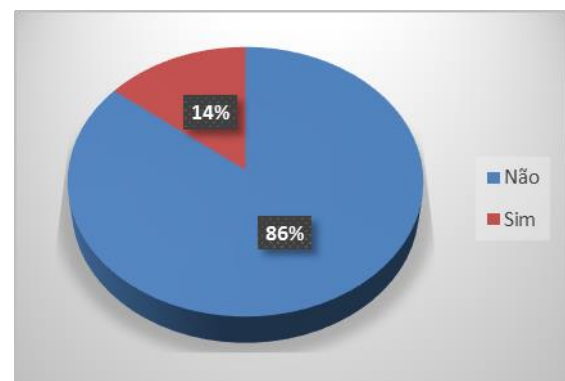


Figura 3.11: Introduziu algum processo novo para o mercado nacional

Relativamente as empresas que responderam se introduziram algum processo novo ou significativamente aperfeiçoado, das 23 empresas inquiridas, a maioria (57%) respondeu que quem desenvolveu esses processos foi a sua empresa,

seguida das que desenvolveu-os com outras instituições (26%) e por fim das que foram desenvolvidas totalmente por outras empresas, isto é, cerca de 17%.

Grau de importância dos novos processos introduzidos

No presente estudo, para que se avaliasse o grau de importância dos novos processos introduzidos, utilizou-se a escala de Likert, que avalia de 1 (Nada importante) a 5 (Muito importante).

Assim, de acordo com a Tabela 11, em média, a maior parte das empresas inquiridas defendem que os processos novos introduzidos são muito importantes para o fabrico de produtos novos (39,1%), o aumento de eficácia e produtividade (43,5%) e aumento de capacidade de produção (47,8%). Já em relação à sua importância na redução dos custos de mão-de-obra, a maior parte das empresas inquiridas defende ser importante (34,8%).

Tabela 11: Destino dos processos novos introduzidos pelas empresas

	N	Média	Desvio padrão	1	2	3	4	5
Fabrico de produtos novos	23	3,48	1,592	21,7%	4,3%	17,4%	17,4%	39,1%
Aumento de eficácia/ produtividade	23	3,96	1,224	8,7%	0%	21,7%	26,1%	43,5%
Redução de Custos de Mão de Obra	23	2,78	1,413	30,4%	4,3%	34,8%	17,4%	13%
Aumento da capacidade de produção	23	3,83	1,435	13%	4,3%	17,4%	17,4%	47,8%
1-Nada importante; 2-Pouco importante ; 3-Importante; 4-Significativamente importante; 5-Muito Importante								

Quanto aos tipos de inovação de processo (Ver Tabela 12) introduzidos, a maioria das empresas inquiridas não introduziram novos métodos de fabricação ou de produção novo (64,7%) nem novos métodos de entrega para seus insumos, bens ou serviço (67,6%) e nem em equipamentos, *softwares* e técnicas novas em actividades de apoio à produção (58,8%). O que significa que são poucas as empresas que têm inovado ao nível dos processos, o que nos leva a crer que os empresários não têm uma noção clara do conceito de inovação de processo, uma vez que a maioria tinha respondido que introduziram inovação ao nível dos processos (Figura 3.10).

Tabela 12: Percentagem das inovações de processo introduzidos pelas empresas

	N	SIM (%)	NÃO (%)
Método de fabricação ou de produção novo	34	35,3%	64,70%
Métodos de entrega novo para seus insumos, bens ou serviços	34	32,40%	67,60%
Equipamentos, softwares e técnicas novas em actividades de apoio à produção	34	41,20%	58,80%

Das inovações de processos introduzidas entre 2010 e 2013, pelas 21 empresas que responderam a esta pergunta, 76% defenderam que pelo menos uma inovação de processo já existia no mercado de Cabo Verde e 29% responderam que pelo menos uma inovação de processo, era nova para o mercado de Cabo Verde (Figura 3.12). O que indica que as inovações de processo introduzidas pelas empresas não eram novas para o mercado de Cabo Verde, mas sim para as suas empresas (Figura 3.13).

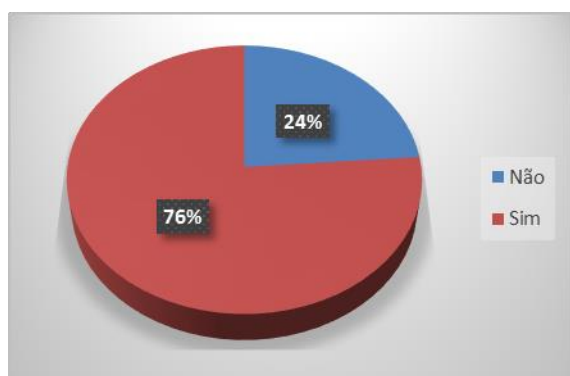


Figura 3.12: Pelo menos uma inovação de processo, já existia no mercado de Cabo Verde

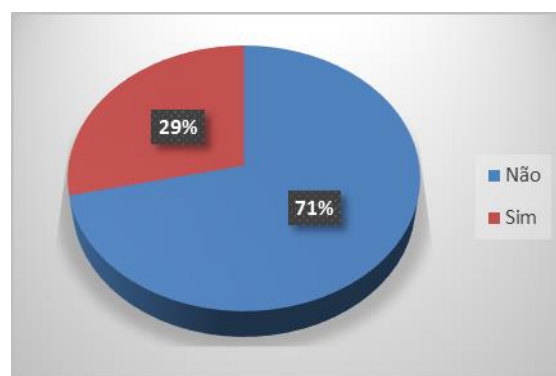


Figura 3.13: Pelo menos uma inovação de processo, era nova para o mercado de Cabo Verde

Desses 29%, como se pode constatar na Figura 3.14, os principais processos novos ou substancialmente aperfeiçoados lançados pelas empresas inquiridas entre 2010 e 2013 foram a aquisição de equipamentos novos e tecnologias mais avançadas, aquisição de *software* novos, método de fabrico e de acabamento novo, entre outros (Figura 3.14).

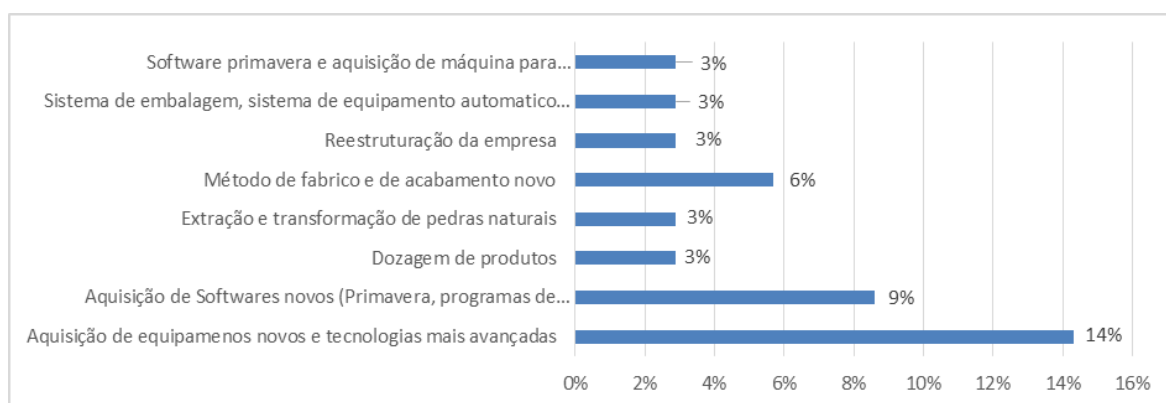


Figura 3.14: Principais processos novos ou substancialmente aperfeiçoado

Ainda analisou-se se esses processos eram novos para a empresa, mas já existentes no mercado nacional, de acordo com as 21 empresas que inovaram em termos de processo, 57% concordaram com esta afirmação (Figura 3.15), contudo, esses processos foram melhorados dos já existentes (Figura 3.16).



Figura 3.15: Relação dos processos novos para a empresa, para o mercado nacional e para o mercado mundial



Figura 3.16: Processos completamente novo para a empresa e melhoramento de um já existente

5.5 Impactos da inovação

Nível de investimento em inovação efectuado pelas empresas

Relativamente ao nível de investimentos feitos em inovação nos últimos 4 anos, numa escala de 1 (Nada) a 5 (Muito), pode-se verificar que em média (2,49) a maior parte, das 35 empresas inquiridas responderam que não fizeram nenhum investimento a nível da inovação dos produtos, isto é, cerca de 37,1%, contudo 25,7% responderam que fizeram um razoável investimento e outros 25,7% fizeram bastante investimento. Em relação ao investimento ao nível dos processos, também em média (2,57) a maior parte não fizeram nenhum

investimento, isto é, cerca de 34,3% e 31,4% disseram que fizeram um razoável investimento em inovação ao nível dos produtos. Por fim, quanto aos investimentos ao nível das tecnologias, pode-se verificar que em média a maior parte não efectuaram nenhum tipo de investimentos, isto é, cerca de 40% das empresas, contudo, outros 40% responderam que fizeram um razoável investimento (Tabela 13).

Tabela 13: Nível de investimento em inovação

	N	Média	Desvio Padrão	1	2	3	4	5
Inovação ao nível dos Produtos	35	2,49	1,314	37,1 %	8,6 %	25,7 %	25,7 %	2,9 %
Inovação ao nível dos Processos	35	2,57	1,290	34,3 %	5,7 %	31,4 %	25,7 %	2,9 %
Inovação ao nível das Tecnologias	35	2,23	1,114	40,0 %	8,6 %	40,0 %	11,4 %	,0 %
1 - Nada; 2 - Pouco; 3 - Razoável; 4 - Bastante; 5 - Muito								

Resultados obtidos pelas empresas inquiridas nos últimos 4 anos

Durante o período de 2010 a 2013, em que as empresas introduziram inovações, pode-se verificar (Tabela 14) que em média, as empresas tiveram um ligeiríssimo decréscimo no volume de vendas em 2011, aumentando em 2012 para 129.539.956\$, mas voltou a diminuir em 2013. Quanto ao resultado de exploração pode-se verificar que este vem aumentando ao longo dos 4 anos, alcançando o maior resultado em 2013, no valor de 18.183.292\$ (Tabela 14).

Tabela 14: Resultados das empresas que inovaram

	2010		2011		2012		2013	
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão
Volume de Vendas	101.335.386\$	174.440.813	101.283.049\$	185.158.141	129.539.956\$	204.181.163	94.565.065\$	181.079.412
Resultado de exploração	16.505.340\$	48.737.008	11.986.181\$	52.765.071	12.971.807\$	43.191.213	18.183.292\$	54.265.035
Resultado líquido	12.865.561\$	37.106.167	7.991.716\$	40.032.069	9.165.171\$	32.460.679	11.704.981\$	39.991.267
Activo líquido	114.075.939\$	189.917.298	177.908.119\$	354.668.118	105.121.160\$	171.211.717	106.447.980\$	169.791.930
Capital próprio	59.670.308\$	129.668.130	69.241.500\$	134.706.481	66.434.783\$	132.516.783	68.291.091\$	137.770.838
Passivo	68.156.546\$	127.168.731	45.770.282\$	58.582.729	40.840.553\$	57.031.338	38.608.349\$	45.607.725

Em termos de resultado líquido em 2010, registou em média cerca de 12.865.561\$, mas tem decrescido ao longo dos 4 anos. Em relação ao activo líquido e capital próprio, estes aumentaram de 2010 para 2011, isto é, 177.908.119\$ e 692.241.500\$ respectivamente, mas acabaram por diminuir nos últimos 2 anos. Em relação ao Passivo, este tendencialmente vem a diminuir nos últimos 3 anos (Tabela 14).

Importância dos impactos das inovações de produto e processo implementadas durante o período entre 2010 a 2013

No que tange ao grau de importância dado aos impactos das inovações de produto e processo, os dados indicam que ao nível dos produtos a maior parte das 35 empresas inquiridas defenderam ser nada importante para a melhoria da qualidade dos bens e serviços, isto é, 40%, bem como para ampliar a gama de bens ou serviços oferecidos, isto é, 42,9% (Tabela 15).

Relativamente ao grau de importância dado ao nível das inovações de mercado, a maior parte das empresas acham ser nada importante para manter a participação da empresa no mercado (40%), para ampliar a participação da empresa no mercado (42,9%) e para abrir novos mercados (42,9%) (Tabela 15).

Tabela 15: impactos das inovações de produto e processo

		Média	Desvio Padrão	1	2	3	4	5
Produto	Melhorou a qualidade dos bens e serviços	2,6	1,459	40 %	2,9 %	22,9 %	25,7 %	8,6 %
	Ampliou a gama de bens ou serviços ofertados	2,37	1,352	42,9 %	5,7 %	28,6 %	17,1 %	5,7 %
Mercado	Permitiu manter a participação da empresa no mercado	2,54	1,442	40 %	5,7 %	22,9 %	22,9 %	8,6 %
	Ampliou a participação da empresa no mercado	2,34	1,327	42,9 %	5,7 %	31,4 %	14,3 %	5,7 %
	Permitiu abrir novos mercados	2,14	1,167	42,9 %	14,3 %	31,4 %	8,6 %	2,9 %
Processo	Aumentou a capacidade de produção ou de prestação de serviços	2,86	1,537	34,3 %	2,9 %	22,9 %	22,9 %	17,1 %
	Reduziu os custos de produção ou dos serviços prestados	2,4	1,439	42,9 %	11,4 %	17,1 %	20 %	8,6 %
	Reduziu os custos do trabalho	2,69	1,51	37,1 %	5,7 %	22,9 %	20 %	14,3 %
	Reduziu o consumo de matérias-primas	2,14	1,438	51,4 %	14,3 %	14,3 %	8,6 %	11,4 %
	Reduziu o consumo de energia	2,06	1,349	51,4 %	17,1 %	14,3 %	8,6 %	8,6 %
	Reduziu o consumo de água	1,8	1,183	62,9 %	8,6 %	17,1 %	8,6 %	2,9 %
Outros impactos	Permitiu reduzir o impacto sobre o meio ambiente	1,89	1,388	65,7 %	8,6 %	2,9 %	17,1 %	5,7 %
	Permitiu controlar aspectos ligados à saúde e segurança	2,43	1,558	48,6 %	2,9 %	20 %	14,3 %	14,3 %
	Enquadramento em regulações e normas padrão relativo ao mercado interno e externo	1,8	1,208	62,9 %	11,4 %	11,4 %	11,4 %	2,9 %
	1-Nada importante; 2-Pouco importante; 3-Importante; 4-Significativamente importante; 5-Muito importante							

Também quanto à inovação de processo, a opinião é unânime para a maior parte dos inquiridos, defendendo que a inovação de processo nada é importante para aumentar a capacidade de produção ou de prestação de serviços (34,3%), para reduzir os custos de produção ou dos serviços prestados (42,9%) e para reduzir os custos do trabalho (37,1%). Contudo, a maioria defende que a inovação de processo também em nada é importante para reduzir o consumo de matérias-primas (51,4%), para reduzir o consumo de energia (51,4%) e para reduzir o consumo de água (51,4%) (Tabela 15).

Ainda em relação a outros impactos, a maior parte das empresas defende que as inovações introduzidas em nada foram importantes para controlar os aspectos

ligados a saúde e segurança (48,6%). Por outro lado a maioria defende que estas inovações também em nada foram importantes para reduzir o impacto sobre o meio ambiente (65,7%) e para o enquadramento em regulações e normas padrão relativo ao mercado interno e externo (62,9%) (Tabela 15).

5.6 Recursos empregues em actividades de inovação em 2013

Das poucas respostas obtidas das empresas a esta pergunta, pode-se constatar que durante o período de 2010 a 2013, algumas empresas estiveram envolvidas em actividades de inovação, no que diz respeito a aquisição de equipamentos e maquinaria ligado à inovação e a Formação directa ligada à inovação tecnológica, tendo investido em média cerca de 4.811.111\$ e 962.500,\$ respectivamente (Tabela 16).

Tabela 16: Recursos empregues em actividades de inovação em 2013

Despesa envolvida	N	Média	Desvio Padrão	Percentagem (%)	
				Não	Sim
Investigação e desenvolvimento (I&D) experimental na empresa	1	100.000,00	.	94,3	5,7
Aquisição de serviços de I&D	0	,00	.	100	0
Aquisição de equipamentos e maquinaria ligado à inovação	9	4.811.111,11	4.942.530,841	60,0	40,0
Aquisição de outra tecnologia externa ligada à inovação	1	2.000.000,00	.	94,3	5,7
Projecto industrial e outras actividades prévias a produção de produtos tecnologicamente novos	0	,00	.	94,3	5,7
Formação directa ligada a inovação tecnológica	4	962.500,00	863.495,802	80,0	20,0
Introdução no mercado de inovações tecnológicas	1	,00	.	91,4	8,6

5.7 Factores Influenciadores e Inibidores a Inovação

Quanto ao grau de importância atribuído aos objectivos que levaram ao desenvolvimento e introdução de inovações, em média, a maior parte das empresas defende ser nada importante às opções apresentadas na Tabela 17. Também em média, a maioria das empresas defende ser nada importante para substituir produtos em fim-de-ciclo (57,1%) e para reduzir o consumo de energia (51,4%). Porém convém destacar que cerca de 34,3% defenderam ser um factor significativamente importante para aumentar a flexibilidade da produção e 28,6% defenderam ser um factor importante para melhorar a qualidade do produto, para

aumentar a capacidade de produção, para reduzir custos de mão-de-obra e para reduzir o consumo de material (Tabela 17).

Tabela 17: Factores influenciadores e inibidores a inovação

	N	Média	Desvio Padrão	1	2	3	4	5
Substituir produtos em fim-de-ciclo	35	2,00	1,283	57,1	5,7	20,0	14,3	2,9
Melhorar a qualidade do produto	35	3,26	1,559	25,7	0	28,6	14,3	31,4
Alargar a gama de produtos	35	2,94	1,608	34,3	2,9	20,0	20,0	22,9
Aumento da capacidade de produção	35	3,11	1,491	25,7	2,9	28,6	20,0	22,9
Entrar em novos mercados ou aumentar a quota de mercado	35	2,60	1,594	42,9	5,7	17,1	17,1	17,1
Cumprir regulamentos ou normas	35	2,63	1,573	40,0	8,6	17,1	17,1	17,1
Aumentar a flexibilidade da produção	35	2,97	1,581	34,3	2,9	11,4	34,3	17,1
Reduzir custos de mão-de-obra	35	2,54	1,358	34,3	11,4	28,6	17,1	8,6
Reduzir o consumo de materiais	35	2,49	1,401	37,1	11,4	28,6	11,4	11,4
Reduzir o consumo de energia	35	2,11	1,345	51,4	8,6	25,7	5,7	8,6
Reduzir os danos ambientais	35	2,49	1,502	42,9	5,7	25,7	11,4	14,3
1-Nada importante; 2-Pouco importante; 3-Importante; 4-Significativamente importante; 5-Muito Importante								

Grau de importância das principais fontes de informação que têm contribuído para a introdução de novos projectos de inovação ou para a concretização de projectos já existentes.

A maior parte das 35 empresas inquiridas acha que as opções apresentadas na tabela abaixo não correspondem a fontes de informação importante, para a introdução de novos projectos de inovação ou para a concretização de projectos existentes, contudo 37,1% acham que são muito importante os clientes, 28,8% defendem que é significativamente importante os fornecedores de equipamento, materiais, componentes ou *softwares* e 25,7% pensam ser importante as feiras e mostras de produto como fontes de informação para inovação (Ver Tabela 18).

Tabela 18: Principais fontes de informação que têm contribuído para introdução de novos projectos

	N	Média	Desvio Padrão	1	2	3	4	5
Fontes internas à empresa	35	2,63	1,516	37,1	11,4	17,1	20,0	14,3
Outras empresas pertencentes ao mesmo grupo	35	1,63	1,114	68,6	14,3	5,7	8,6	2,9
Concorrentes	35	2,11	1,207	45,7	14,3	25,7	11,4	2,9
Clientes	35	3,34	1,662	28,6	,0	17,1	17,1	37,1
Empresas de consultoria	35	2,14	1,478	54,3	11,4	11,4	11,4	11,4
Fornecedores de equipamento, materiais, componentes ou software	35	3,06	1,434	22,9	11,4	20,0	28,6	17,1
Universidades ou outras instituições de ensino superior	35	2,00	1,213	48,6	22,9	11,4	14,3	2,9
Institutos de investigação governamentais ou instituições privadas sem fins lucrativos	35	1,77	1,114	60,0	14,3	17,1	5,7	2,9
Patentes	35	1,74	1,094	62,9	8,6	22,9	2,9	2,9
Conferências, reuniões e publicações científicas ou profissionais	35	2,17	1,294	45,7	14,3	22,9	11,4	5,7
Redes de informação computacionais	35	2,74	1,421	28,6	14,3	25,7	17,1	14,3
Feiras, mostras de produtos	35	2,77	1,395	25,7	17,1	25,7	17,1	14,3
1-Nada importante; 2-Pouco importante; 3-Importante; 4-Significativamente importante; 5-Muito Importante								

Acordo de cooperação para actividades de inovação com outras empresas ou instituições

No que diz respeito aos acordos de cooperação para actividades de inovação, pode-se verificar na Figura 5.17, que a maioria das 35 empresas, isto é cerca de 80%, não estabeleceram nenhum acordo de cooperação para actividades de inovação, e dos 20% que fizeram, a maior parte fez parcerias com organizações nacionais.

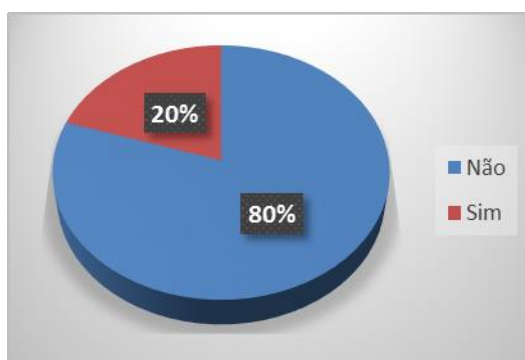


Figura 3.17: Acordo de cooperação para actividades de inovação

Factores que dificultaram a inovação

Quanto ao grau de importância dado aos factores que dificultaram a inovação, conforme mostra a Tabela 19 a seguir, 37,1% das 35 empresas inquiridas acham que um factor importante foi a percepção de riscos económicos excessivos, 28,6% acham que outro factor importante foi os custos de inovação demasiado elevados, 28,6% disseram que um factor muito importante é a falta de fontes de financiamento apropriados e a reduzida dimensão de mercado. Quanto aos restantes factores, as empresas inquiridas não deram muita importância.

Tabela 19: Factores que dificultaram a inovação

	N	Média	Desvio Padrão	Percentagem (%)				
				1	2	3	4	5
Percepção de riscos económicos excessivos	35	2,46	1,221	34,3	8,6	37,1	17,1	2,9
Custos de inovação demasiado elevados	35	2,94	1,434	28,6	2,9	28,6	25,7	14,3
Falta de fontes de financiamento apropriadas	35	3,31	1,491	20,0	8,6	20,0	22,9	28,6
Estrutura organizacional pouco flexível	35	2,23	1,477	45,7	22,9	8,6	8,6	14,3
Falta de pessoal qualificado	35	2,34	1,454	42,9	17,1	14,3	14,3	11,4
Falta de informação sobre tecnologia	35	2,03	1,294	54,3	11,4	14,3	17,1	2,9
Falta de informação sobre mercados	35	1,83	1,150	60,0	11,4	14,3	14,3	,0
Regulamentações e normas	35	2,14	1,478	51,4	17,1	11,4	5,7	14,3
Falta de receptividade dos clientes e novos produtos	35	2,09	1,314	48,6	20,0	11,4	14,3	5,7
Reduzida dimensão de mercado	35	3,17	1,524	22,9	8,6	25,7	14,3	28,6
1-Nada importante; 2-Pouco importante; 3-Importante; 4-Significativamente importante; 5-Muito Importante								

5.8 Conclusão

Neste capítulo efectuou-se a caracterização do perfil das empresas da ilha de São Vicente, objecto deste estudo. Esta caracterização teve por base critérios como o ano de fundação e classificação Jurídica, o ramo de actividade, o número de empregados, o nível de instrução e a fase do ciclo de vida das empresas.

Recorrendo à análise univariada, pode-se concluir que das empresas inquiridas, a maior parte foi fundada no ano 2012, é do ramo das tipografias e artes gráficas e

que em 2013 registavam cerca de 132.503 pessoas empregadas, cuja maioria possuíam o 3º Ciclo de escolaridade e encontram-se no nível de Maturidade.

Quanto à inovação dos produtos pode-se concluir que a maior parte das empresas em São Vicente não têm inovado ao nível dos produtos nos últimos 4 anos e, dos que inovaram, a maior parte recorreu a fontes de inovação interna para desenvolver os produtos.

Já em termos de inovação de processos, a maioria introduziu algum processo tecnologicamente novo ou melhorado, contudo essas inovações não eram novas para o mercado nacional e foram desenvolvidas pela própria empresa.

No que diz respeito ao grau de importância dos novos processos introduzidos, em média, a maior parte das empresas defendeu ser importante para o fabrico de produtos novos, para o aumento de eficácia e produtividade e aumento de capacidade de produção e para a redução dos custos de mão-de-obra.

No que diz respeito ao nível de investimentos feitos em inovação nos últimos 4 anos, os resultados permite concluir que a maior parte, não fizeram nenhum investimento a nível da inovação dos produtos, dos processos e de tecnologias.

Em termos de resultados obtidos pelas empresas inquiridas nos últimos 4 anos em estudo, verificou-se uma certa oscilação em termos dos indicadores financeiros, nomeadamente o volume de vendas, o resultado de exploração, o resultado líquido, o activo líquido e capital próprio. Contudo em relação ao Passivo, a tendência é de diminuir nos últimos 3 anos.

No que concerne a importância dos impactos das inovações de produto e processo implementadas durante o período em estudo, os dados indicam que ao nível dos produtos a maior parte das empresas defendeu ser nada importante para a melhoria da qualidade dos bens e serviços, bem como para ampliar a gama de bens ou serviços oferecidos. Ainda em relação às inovações de mercado, a maior parte também defende também ser nada importante para manter ou ampliar a participação da empresa no mercado e para abrir novos mercados.

As mesmas conclusões foram encontradas em relação à inovação de processo, isto é, a maior parte defendeu que esta em nada tem sido importante para aumentar a capacidade de produção ou de prestação de serviços, para reduzir os custos de produção ou dos serviços prestados e os custos do trabalho, para reduzir o consumo de matéria-prima, para reduzir o consumo de energia e o consumo de água.

Relativamente aos recursos empregues em actividades de inovação durante o período em estudo, a maior parte vai para a aquisição de equipamentos e maquinaria, seguido de formação directa ligada à inovação tecnológica. Ainda, este estudo permite concluir que não fizeram nenhum investimento em aquisição de serviços de I&D, em projecto industrial e outras actividades prévias à produção de produtos tecnologicamente novos e em introdução no mercado de inovações tecnológicas.

Em termos de fontes de informação que tem sido mais importante para as empresas introduzirem novos projectos de inovação ou para a concretização de projectos já existentes, a maior parte defende ser os clientes, os fornecedores de equipamento, materiais, componentes ou *softwares* e ainda as feiras e mostras de produto.

No que concerne aos acordos com outras empresas e instituições para actividades de inovação, a maioria não tem estabelecido acordos com nenhuma instituição.

Ainda, apontaram a percepção de riscos económicos excessivos, os custos de inovação demasiado elevados, a falta de fontes de financiamento apropriados e a reduzida dimensão de mercado, como os principais factores que têm dificultado o processo da inovação.

Capítulo 6. **Análise da Relação entre Inovação e Desempenho Financeiro**

6.1 Introdução

Neste capítulo objectiva-se verificar se existe uma relação entre os níveis de investimento em inovação (Produtos, Processos e Tecnologias) e os indicadores de desempenho financeiro (Volume de Vendas, Resultado de Exploração, Resultado Líquido, Activo Líquido, Capital Próprio e Passivo). Recorreu-se ao *software* de análise estatístico SPSS, com o objectivo de perceber se existe relações estatisticamente significativas entre os níveis de inovação e os indicadores de desempenho financeiro. Para tal recorreu-se ao Coeficiente de Correlação de Pearson.

6.2 O impacto da inovação no desempenho financeiro das empresas de São Vicente

O Coeficiente de Correlação R de Pearson é uma medida de associação linear entre variáveis quantitativas e varia entre -1 e 1.

O Coeficiente igual a +1 significa que as duas variáveis têm uma **correlação perfeita positiva**, e assim quando uma aumenta a outra também aumenta em média num valor proporcional. Quando o Coeficiente é -1 significa que existe uma **relação linear negativa perfeita** entre ambas. Um Coeficiente igual a zero significa que não existe relação linear entre as variáveis (Pestana e Gageiro, 2008).

Os resultados dos testes do coeficiente de correlação de Pearson podem ser interpretados da seguinte forma, como se pode verificar na Tabela 20.

Tabela 20: Interpretação dos resultados dos Coeficientes de Correlação de Pearson

Coeficiente de correlação de Pearson	Interpretação do resultado
$P = 1$	Positiva perfeita
$0,8 \leq P < 1$	Positiva forte
$0,5 \leq P < 0,8$	Moderada positiva
$0,1 \leq P < 0,5$	Positiva fraca
$0 < P < 0,1$	Ínfima positiva
0	Nula
$-0,1 < P < 0$	Ínfima negativa
$-0,5 < P \leq -0,1$	Negativa fraca
$-0,8 < P \leq -0,5$	Moderada negativa
$-1 < P \leq -0,8$	Negativa forte
$P = -1$	Negativa perfeita

6.2.1 Impacto ao nível do volume de vendas

Como foi anunciado recorreu-se a análise de Correlação de Pearson, para analisar se existe uma associação estatisticamente significativa entre os investimentos em inovação (Produtos, Processos e Tecnologias) e o Volume de Vendas dos anos 2010 a 2013.

Como se pode verificar na Tabela 21, há evidências que existe **uma associação ínfima positiva** entre os níveis de investimentos em inovação de produtos e o Volume de Vendas, nos anos 2010 e 2011, isto é, os investimentos feitos em inovação de produtos teve um impacto positivo irrisório no Volume de Vendas desses dois anos.

Já no ano 2012 registou-se **uma associação negativa fraca**, o mesmo será dizer que os poucos investimentos feitos na inovação de produtos tiveram um impacto negativo no Volume de Vendas das empresas de São Vicente.

No entanto, no ano 2013 registou-se **uma associação positiva fraca** entre estas duas variáveis, em que mostra que apesar de os investimentos serem poucos, teve reflexos positivos, apesar de ser muito fraco no Volume de Vendas.

Comprovando assim a hipótese H1, de que existe uma associação estatisticamente significativa entre os níveis de investimentos em **inovação de**

produtos e o Volume de vendas das empresas da ilha de São Vicente, embora esta influência seja muito fraca, mas com valores positivos no último ano.

Tabela 21: Relação entre o Nível de investimentos em Inovação de Produtos, Processos e Tecnologias e o volume de vendas dos anos 2010 a 2013

Indicadores de Desempenho Financeiro		Nível de investimento em Inovação de Produtos	Nível de investimento em Inovação de Processos	Nível de investimento em Inovação Tecnológica
Volume de vendas 2010	Pearson	0,024	- 0,377	- 0,362
	Sig.	(0,919)	(0,102)	(0,117)
Volume de vendas 2011	Pearson	0,097	- 0,313	- 0,328
	Sig.	(0,676)	(0,167)	(0,146)
Volume de vendas 2012	Pearson	- 0,34	- 0,406	- 0,417
	Sig.	(0,885)	(0,068)	(0,060)
Volume de vendas 2013	Pearson	0,29	- 0,267	- 0,353
	Sig.	(0,896)	(0,218)	(0,099)

Em relação a inovação de processos, pode-se verificar na Tabela 21, que existe **uma associação negativa fraca** entre os níveis de investimentos em inovação de processos e Volume de Vendas ao longo dos anos 2010 a 2013, isto é, os reduzidos investimentos em inovação de processos tem tido efeitos negativos no volume de vendas das empresas inquiridas ao longo desses anos em estudo.

Comprovando assim a hipótese H2, de que existe uma associação estatisticamente significativa entre os níveis de investimentos em **inovação de processos** e o Volume de Vendas das empresas da ilha de São Vicente, sendo que esta associação seja negativa, isto é, em média, diminuiu os investimentos em inovação, automaticamente diminuiu o volume de vendas.

Também os Coeficientes de Correlação de Pearson obtidos entre os níveis de investimento em inovação tecnológica e o Volume de Vendas corroboram da mesma opinião, defendendo que existe **uma associação negativa fraca** entre os níveis de investimentos em inovação tecnológica e o Volume de Vendas ao longo dos anos 2010 a 2013, isto é, os fracos investimentos a este nível também teve reflexos negativos no Volume de Vendas das empresas de São Vicente.

Comprovando uma vez mais a hipótese H3, de que existe uma associação estatisticamente significativa, negativa fraca entre os níveis de investimentos em **inovação de tecnologias** e o Volume de vendas das empresas da ilha de São Vicente, isto é, em consequência da diminuição do nível médio, de investimentos em inovações tecnológicas.

6.2.2 Impacto ao Nível dos Resultados de Exploração

Para se desenvolver uma análise empírica das relações discutidas nos capítulos teóricos entre o impacto da inovação nos Resultados de Exploração das empresas, apresentam-se na Tabela 22 os resultados dos Coeficientes de Correlação de Pearson entre estes indicadores. Como se pode verificar, os resultados evidenciam que existe uma **associação positiva fraca** entre o nível de investimento em inovação de produtos e os resultados de exploração ao longo dos anos em estudo, isto é, estes investimentos feitos em inovação de produto têm contribuído, mesmo que de forma muito tímida para os resultados de exploração das empresas em São Vicente. Comprovando assim a hipótese H1, no que diz respeito aos resultados de exploração.

Tabela 22: Relação entre o Nível de investimentos em Inovação de Produtos, Processos e Tecnologias e os Resultados de exploração dos anos 2010 a 2013

Indicadores de Desempenho Financeiro		Nível de investimento em Inovação de Produtos	Nível de investimento em Inovação de Processos	Nível de investimento em Inovação Tecnológica
Resultados de exploração de 2010	Pearson	0,176	- 0,394	- 0,325
	Sig.	(0,471)	(0,095)	(0,174)
Resultados de exploração de 2011	Pearson	0,288	- 0,283	- 0,190
	Sig.	(0,218)	(0,227)	(0,424)
Resultados de exploração de 2012	Pearson	0,242	- 0,333	- 0,238
	Sig.	(0,304)	(0,151)	(0,313)
Resultados de exploração de 2013	Pearson	0,172	- 0,358	- 0,288
	Sig.	(0,455)	(0,111)	(0,205)

Resultado diferente obteve-se, em relação ao nível de investimentos em inovação de processo e de tecnologia, isto é, uma **associação negativa fraca**. Estes resultados comprovam claramente que o fraco investimento em inovação ao nível dos processos e tecnologias tem reflexos negativos nos Resultados de Exploração das empresas da ilha de São Vicente. Comprovando assim as

hipóteses H2 e H3, no que tange aos resultados de exploração, isto é, diminuiu o nível médio de investimentos em inovações de processos e tecnologias, automaticamente diminuiu os resultados de exploração, embora esta diminuição seja tanto quanto irrisória.

6.2.3 Impacto ao Nível do Resultado Líquido

Como se pode verificar na tabela abaixo, os resultados evidenciam que existe uma **associação positiva fraca** entre o nível de investimento em inovação de produtos e os Resultados Líquidos ao longo dos 4 anos em estudo, isto é, estes investimentos feitos em inovação de produto tem contribuído de forma positiva fraca, para os Resultados Líquidos das empresas em São Vicente. Comprovando assim as hipóteses H1, isto é, os investimentos feitos em inovação de produto tem contribuído, embora de forma tímida para o aumento dos resultados líquidos das empresas em São Vicente (Tabela 23).

Tabela 23: Relação entre o Nível de Investimentos em Inovação de Produtos, Processos e Tecnologias e os Resultados Líquidos dos anos 2010 a 2013

Indicadores de Desempenho Financeiro		Nível de investimento em Inovação de Produtos	Nível de investimento em Inovação de Processos	Nível de investimento em Inovação Tecnológica
Resultado Líquido de 2010	Pearson	0,162	- 0,396	- 0,334
	Sig.	(0,507)	(0,093)	(0,162)
Resultado Líquido de 2011	Pearson	0,309	- 0,258	- 0,159
	Sig.	(0,184)	(0,271)	(0,502)
Resultado Líquido de 2012	Pearson	0,265	- 0,314	- 0,214
	Sig.	(0,259)	(0,178)	(0,365)
Resultado Líquido de 2013	Pearson	0,164	- 0,292	- 0,281
	Sig.	(0,467)	(0,187)	(0,206)

Em relação ao nível de investimentos em inovação de processo e de tecnologia, os resultados obtidos revelam uma **associação negativa fraca**. Estes resultados comprovam claramente que o fraco investimento em inovação ao nível dos processos e tecnologias tem tido reflexos negativos nos Resultados Líquidos das empresas da ilha de São Vicente. Comprovando neste caso as hipóteses H2 e H3, relativamente aos resultados líquidos das empresas de São Vicente, isto é, a diminuição do nível médio de investimentos em inovações de processos e

tecnologias, fez diminuir os resultados líquidos das empresas de ilha de São Vicente.

6.2.4 Impacto ao Nível do Activo Líquido

Em relação aos impactos ao nível do activo líquido como se verifica na Tabela 24, há **uma associação ínfima negativa** entre estes e os níveis de investimentos em inovação de produtos, nos anos 2010 e 2013, isto é, os investimentos feitos em inovação de produtos teve reflexos negativos, embora muito irrisório no Activo Líquido desses dois anos.

Contudo, o ano 2011 os resultados apresentaram-se **uma associação negativa fraca**, com impacto negativo no Activo Líquido das empresas de São Vicente, isto devido aos fracos investimentos feitos na inovação de produtos.

Já o ano 2012, apesar de os investimentos serem também fracos, registou-se **uma associação ínfima positiva** entre estas duas variáveis, isto é, teve reflexos positivos muito reduzidos no Activo Líquido das empresas da ilha de São Vicente.

Comprovando neste caso as hipóteses H1 do trabalho, no que diz respeito ao activo líquido.

Tabela 24: Relação entre o Nível de Investimentos em Inovação de Produtos, Processos e Tecnologias e o Activo Líquido dos anos 2010 a 2013

Indicadores de Desempenho Financeiro		Nível de investimento em Inovação de Produtos	Nível de investimento em Inovação de Processos	Nível de investimento em Inovação Tecnológica
Activo Líquido de 2010	Pearson	- 0,082	- 0,406	- 0,393
	Sig.	(0,739)	(0,084)	(0,096)
Activo Líquido de 2011	Pearson	- 0,213	- 0,468	- 0,407
	Sig.	(0,368)	(0,038)	(0,075)
Activo Líquido de 2012	Pearson	0,004	- 0,378	- 0,356
	Sig.	(0,987)	(0,1)	(0,123)
Activo Líquido de 2013	Pearson	- 0,01	- 0,325	- 0,312
	Sig.	(0,966)	(0,139)	(0,158)

Em relação a inovação de processos, pode-se verificar na Tabela 24, que existe **uma associação negativa fraca** entre os níveis de investimentos em inovação de processos e de tecnologias com o Activo Líquido ao longo dos 4 anos em

análise, isto é, com reflexos negativos no Activo Líquido das empresas da ilha de São Vicente.

Comprovando mais uma vez as hipóteses H2 e H3, no que aos activos líquidos diz respeito, ou seja, os fracos investimentos em inovações de processos e tecnologias tem contribuído para diminuir os activos das empresas de ilha de São Vicente.

6.2.5 Impacto ao Nível do Capital Próprio

Os resultados dos Coeficientes de Correlação de Pearson mostram que ao longo dos 4 anos em estudo, existe **uma associação ínfima positiva** entre os níveis de investimento em inovação de produtos e o Capital Próprio das empresas da ilha de São Vicente, o que mostra que os investimentos a este nível, apesar de serem reduzidos tiveram reflexos positivos no Capital Próprio das empresas em estudo. Comprovando uma vez mais a hipótese H1, para o capital próprio (Tabela 25).

Por outro lado, a **associação negativa fraca** entre os níveis de investimentos em inovação de processos e Capital Próprio das empresas da ilha de São Vicente, registado ao longo dos 4 anos em análise, isto é, com efeitos negativos no Capital Próprio das empresas em estudo. Logo estes resultados permite comprovar a hipótese H2 (Tabela 25).

Tabela 25: Relação entre o Nível de Investimentos em Inovação de Produtos, Processos e Tecnologias e o Capital Próprio dos anos 2010 a 2013

Indicadores de Desempenho Financeiro		Nível de investimento em Inovação de Produtos	Nível de investimento em Inovação de Processos	Nível de investimento em Inovação Tecnológica
Capital Próprio de 2010	Pearson	0,072	- 0,42	- 0,353
	Sig.	(0,771)	(0,074)	(0,138)
Capital Próprio de 2011	Pearson	0,071	- 0,439	- 0,319
	Sig.	(0,765)	(0,053)	(0,171)
Capital Próprio de 2012	Pearson	0,073	- 0,436	- 0,332
	Sig.	(0,76)	(0,055)	(0,152)
Capital Próprio de 2013	Pearson	0,039	- 0,359	- 0,294
	Sig.	(0,864)	(0,101)	(0,184)

Os mesmos resultados foram também encontrados em relação à inovação tecnológica, como se pode verificar na Tabela 25, isto é, os fracos investimentos a este nível também teve reflexos negativos no Capital Próprio das empresas da ilha de São Vicente.

6.2.6 Impacto ao Nível do Passivo

Pode-se verificar na Tabela 26 que existe **uma associação negativa fraca** entre os níveis de investimentos em inovação de produtos, processos e tecnologias e o Passivo ao longo dos 4 anos em análise, isto é, os reduzidos investimentos em inovação de produtos, processos e tecnologia tem tido reflexos negativos no Passivo das empresas da ilha de São Vicente. Comprovando assim as hipóteses H1, H2 e H3, relativamente ao impacto dos investimentos em inovação no Passivo das empresas da ilha de São Vicente.

Tabela 26: Relação entre o Nível de Investimentos em Inovação de Produtos, Processos e Tecnologias e o Passivo dos anos 2010 a 2013

Indicadores de Desempenho Financeiro		Nível de investimento em Inovação de Produtos	Nível de investimento em Inovação de Processos	Nível de investimento em Inovação Tecnológica
Passivo de 2010	Pearson	- 0,307	- 0,249	- 0,335
	Sig.	(0,201)	(0,304)	(0,161)
Passivo de 2011	Pearson	- 0,187	- 0,249	- 0,323
	Sig.	(0,43)	(0,29)	(0,164)
Passivo de 2012	Pearson	- 0,175	- 0,159	- 0,267
	Sig.	(0,461)	(0,504)	(0,254)
Passivo de 2013	Pearson	- 0,151	- 0,136	- 0,263
	Sig.	(0,502)	(0,546)	(0,236)

6.3 O impacto da inovação nos resultados (médios) dos indicadores de desempenho financeiro das empresas de São Vicente ao longo dos anos 2010 a 2013.

Nesta secção também achou-se necessário analisar a relação entre os resultados médios dos indicadores de desempenho financeiros e os níveis de investimento em inovação de Produtos, Processos e Tecnologias. Também utilizou-se a análise de Correlação de Pearson, para verificar se existe uma associação

estatisticamente significativa entre os investimentos e os níveis de inovação efectuados nas empresas em São Vicente.

Assim, em relação aos impactos dos níveis de investimento em inovação de produtos, pode-se verificar na Tabela 27 que, há evidências que existe **uma associação ínfima positiva** entre os níveis de investimentos em inovação de produtos e o Volume de Vendas médio e o Capital Próprio médio dos anos 2010 a 2013, isto é, os níveis de investimentos feitos em inovação de produtos teve um impacto positivo irrisório no Volume de Venda médio e no Capital Próprio médio.

Por outro lado constata-se também que existe **uma associação positiva fraca** entre os níveis de investimentos em inovação de produtos e o Resultado de Exploração médio e Resultado Líquido médio, em que, apesar de os investimentos serem considerados poucos, teve reflexos positivos, embora muito fraco (Tabela 27).

Ainda constatou-se **uma associação negativa fraca** entre os níveis de investimentos em inovação de produtos e o Activo médio e o Capital Próprio médio das empresas da ilha de São Vicente, isto é, os reduzidos investimentos em inovação de produtos tem tido reflexos negativos nestes dois indicadores de desempenho financeiro das empresas da ilha de São Vicente (Tabela 27).

Tabela 27: Relação entre o Nível de Investimentos em Inovação de Produtos, Processos e Tecnologias e os Resultados (médios) dos Indicadores de Desempenho Financeiro dos anos 2010 a 2013

Indicadores de Desempenho Financeiro		Nível de investimento em Inovação de Produtos	Nível de investimento em Inovação de Processos	Nível de investimento em Inovação Tecnológica
Volume de venda médio de 2010 a 2013	Pearson	0,011	- 0,379	- 0,359
	Sig.	(0,964)	(0,109)	(0,131)
Resultado de exploração médio de 2010 a 2013	Pearson	0,242	- 0,346	- 0,253
	Sig.	(0,334)	(0,159)	(0,311)
Resultado líquido médio de 2010 a 2013	Pearson	0,254	- 0,332	- 0,237
	Sig.	(0,309)	(0,178)	(0,344)
Activo médio de 2010 a 2013	Pearson	- 0,161	- 0,508	- 0,432
	Sig.	(0,524)	(0,031)	(0,073)
Capital próprio médio de 2010 a 2013	Pearson	0,081	- 0,417	- 0,329
	Sig.	(0,748)	(0,085)	(0,183)
Passivo médio de 2010 a 2013	Pearson	- 0,292	- 0,241	- 0,314
	Sig.	(0,24)	(0,334)	(0,205)

Quanto ao nível de investimentos em inovação de processo e de tecnologia, pode-se verificar que há **uma associação negativa fraca** entre os níveis médio de investimentos e a todos os indicadores em análise (Volume de Vendas, Resultado de Exploração, Resultado Líquido, Activo Líquido, Capital Próprio e Passivo), isto é, de uma forma geral, os reduzidos investimentos em inovação de processos e de tecnologia têm tido reflexos negativos em todos os indicadores acima mencionados, nas empresas inquiridas (Tabela 27).

6.4 Conclusão

Em jeito de conclusão pode-se assim dizer que comprovam-se as hipóteses H1, H2 e H3 de que existe uma associação negativa entre o **Volume de Vendas** e os níveis de investimentos em inovação de produtos, inovação de processos e inovação de tecnologias, isto é, em média, se se diminuiu os investimentos em inovação, automaticamente se diminuiu o volume de vendas.

Comprove-se as hipóteses H1, H2 e H3, de que existe uma associação estatisticamente significativa entre os **Resultados de Exploração** e os níveis de investimento em inovação de produtos, isto é, estes investimentos têm contribuído, mesmo que de forma muito tímida para os resultados de exploração das empresas em São Vicente. Ao nível dos processos e tecnologias, registaram reflexos negativos nos Resultados de Exploração, isto é, diminuiu o nível médio de investimentos em inovações de processos e tecnologias, automaticamente diminuiu os resultados de exploração.

Comprove-se as hipóteses H1, H2 e H3, em que os investimentos feitos em inovação de produto tem contribuído de forma positiva fraca, para os **Resultados Líquidos** das empresas em São Vicente. Os resultados comprovam claramente que o fraco investimento em inovação ao nível dos processos e tecnologias tem tido reflexos negativos nos Resultados Líquidos das empresas da ilha de São Vicente.

Comprove-se as hipóteses H1, H2 e H3, no que diz respeito ao **Activo Líquido** e os investimentos feitos em inovação de produtos, processos e tecnologias, isto é, os fracos investimentos em inovações de processos e tecnologias tem contribuido para diminuir os activos das empresas de ilha de São Vicente.

Comprove-se a hipótese H1, H2 e H3, de que existe uma associação estatisticamente significativa entre o **Capital Próprio** e os investimentos feitos em inovação de produtos, onde se mostra que apesar de serem reduzidos tiveram reflexos positivos no Capital Próprio, os níveis de investimentos em inovação de processos e tecnologias tem efeitos negativos no Capital Próprio, isto é, os fracos investimentos a este nível também teve reflexos negativos no Capital Próprio das empresas da ilha de São Vicente.

Comprove-se as hipóteses H1, H2 e H3, de que os reduzidos investimentos em inovação de produtos, processos e tecnologia tem tido reflexos negativos no **Passivo** das empresas da ilha de São Vicente.

Em suma, comprove-se as **hipóteses** colocadas para esta investigação de que existem diferenças estatisticamente significativas entre as empresas ao nível do seu desempenho financeiro (Volume de Vendas, Resultado de Exploração, Resultado Líquido, Activo Líquido, Capital Próprio e Passivo) e o grau de investimento em inovação ao nível dos Produtos, Processos e Tecnologias.

Capítulo 7. **Conclusões da Investigação**

7.1 Conclusões Gerais da Investigação

Ao longo da realização deste trabalho monográfico desenvolveu-se uma revisão da literatura, tendo por base várias vertentes a inovação no sector empresarial, que permitiu delimitar a inovação e a sua relação com os indicadores económicos.

Com base neste referencial teórico, concluiu-se que o processo de inovação adoptado pelas empresas, quando bem estruturada, permite obter resultados satisfatórios ao nível dos indicadores económicos, garantindo assim a competitividade das empresas.

Da revisão bibliográfica e da análise de alguns estudos realizados em vários países do mundo, desenvolveu-se um modelo de identificação dos impactos da inovação no desempenho financeiro das empresas da ilha de São Vicente.

Assim, da análise sistemática das informações recolhidas pode-se concluir que das empresas inquiridas, a maior parte foi fundada no ano 2012, é do ramo das tipografias e artes gráficas e que em 2013 registavam cerca de 132.503 pessoas empregadas, cuja maioria possuía o 3º Ciclo de escolaridade e encontra-se na fase de Maturidade.

Quanto à introdução de inovações ao nível dos produtos e processos, pode-se concluir que a maior parte das empresas em São Vicente não tem inovado nestes dois itens contudo, em termos de tecnologias, elas têm introduzido algumas inovações.

Em relação às inovações introduzidas ao nível dos produtos, pode-se concluir que as empresas defendem ser nada importantes para a melhoria da qualidade dos bens e serviços, como para ampliar a gama de bens ou serviços oferecidos, para aumentar a capacidade de produção ou de prestação de serviços, para reduzir os custos de produção ou dos serviços prestados e os custos do trabalho, para reduzir o consumo de matéria-prima, para reduzir o consumo de energia e de água.

Contudo, as inovações ao nível dos processos introduzidos têm sido importantes para o fabrico de produtos novos, para o aumento de eficácia e produtividade e aumento de capacidade de produção e para a redução dos custos de mão-de-obra.

Este estudo permitiu ainda concluir que a maior parte das empresas da ilha de São Vicente, não faz investimentos ao nível da inovação dos produtos, dos processos e de tecnologias e que os poucos recursos empregues em actividades de inovação, estão mais centrados na aquisição de equipamentos e maquinaria, seguido de formação directa ligada à inovação tecnológica.

Contudo, apontaram a percepção de riscos económicos excessivos, os custos de inovação demasiado elevados, a falta de fontes de financiamento apropriadas e a reduzida dimensão de mercado, como os principais factores que têm dificultado o processo da inovação nas empresas.

Os resultados da aplicação do modelo de identificação dos impactos da inovação no desempenho financeiro das empresas da ilha de São Vicente foram obtidos através da análise do Coeficiente de Correlação de Pearson, que mede o grau da correlação linear entre duas variáveis quantitativas, a fim de verificar se existe uma associação estatisticamente significativa entre os níveis de investimento em inovação (Produtos, Processos e Tecnologias) e as médias dos indicadores de desempenho financeiro (Volume de Vendas, Resultado de Exploração, Resultado Líquido, Activo Líquido, Capital Próprio e Passivo), pode-se concluir que:

- Apesar da maior parte não ter inovado ao nível dos **produtos**, este tem tido impacto positivo muito irrisório no Volume de Vendas, nos Resultados de Exploração, nos Resultados Líquidos e no Capital Próprio, contudo, comprova-se um impacto negativo ao nível dos Activos Líquidos, Passivo;
- Em relação às inovações de **processos**, esses têm tido impactos negativos no Volume de Vendas, nos Resultados de Exploração, Resultados Líquidos, nos Activos Líquidos, no Capital Próprio e no Passivo;
- Existe uma associação estatisticamente significativa, negativa fraca entre os níveis de investimentos em **inovação de tecnologias** e os indicadores

financeiros das empresas da ilha de São Vicente, isto é, em consequência da diminuição do nível médio, de investimentos em inovações tecnológicas diminui também o Volume de Vendas, os Resultados de Exploração, os Resultados Líquidos, os Activos Líquidos, o Capital Próprio e o Passivo.

Assim, com base nestas conclusões pode-se responder ao objectivo e à questão desta investigação, que em forma de resumo pode-se dizer que os níveis de investimentos feitos em inovação nas empresas da ilha de São Vicente, mais concretamente em inovação de processos e tecnologias têm registado impactos negativos, apesar de serem irrisórios.

Mas em relação aos impactos das inovações de produtos, estes registaram impactos positivos nos indicadores financeiros (Volume de Vendas, nos Resultados de Exploração, nos Resultados Líquidos e o Capital Próprio), com excepção ao nível dos Activos Líquidos e Passivo.

7.2 Limitações da Investigação

Estando o estudo próximo do fim, convém ressaltar as suas limitações, uma vez que não existem trabalhos perfeitos, em que tal não aconteça. Assim, apresentam-se de seguida, as principais limitações identificadas ao longo da realização da presente investigação:

A primeira limitação da investigação prende-se com a dimensão da amostra. A amostra foi apenas constituída por 35 empresas, correspondendo a uma taxa de resposta de 47%. De facto, é notória a pouca participação por parte dos empresários neste tipo de investigações, o que leva a crer que, futuramente deva ser repensada a forma de recolha de dados para investigações deste género. Houve, realmente, uma grande dificuldade em obter estas respostas, principalmente informações a nível financeiro, foi necessário, muitas vezes, insistir pessoalmente e via telefone.

A falta de literatura disponível referente à temática “inovação e desempenho financeiro” revelou-se uma outra limitação.

O facto de não haver ainda estudos que analisam o impacto da inovação no desempenho financeiro das empresas industriais em Cabo Verde, implicou a

necessidade de se fazerem adaptações de questionários elaborados e aplicados em realidades bastante distintas da nossa.

7.3 Sugestões para Futuras Investigações

As sugestões para a realização de futuras investigações derivam das limitações identificadas neste estudo, e surgem como uma possível orientação para investigações que possam vir a ser feitas.

Poderá ser feito, em torno deste tema, um estudo baseado em “estudo de caso”, com recurso ao estudo de uma empresa ou de uma amostra mais pequena de empresas, o que permitiria anular as limitações identificadas, inerentes à questão da amostra reduzida e pouco representativa da totalidade das empresas e, por outro lado, permitiria uma recolha de dados por outro método que não somente o questionário, o que possibilitaria obter mais informação para análise.

Outra proposta passa por repetir a investigação empírica realizada nesta investigação, de forma a obter informações que permitam avaliar tendências evolutivas. Nesta perspectiva, considera-se que a repetição da investigação no tempo, poderia enriquecer, igualmente, o estudo do fenómeno da inovação empresarial e o desempenho financeiro.

Também poderá servir de objecto de investigação a elaboração deste estudo a nível regional e/ou nacional, onde poderia alargar tanto o âmbito do questionário, bem como, a dimensão da amostra, para um maior aprofundamento e conhecimento do tema em questão.

Outros estudos poderão ser feitos em torno do tema da capacidade inovadora empresarial e o desempenho financeiro, considerando ainda outras variáveis não contempladas nesta investigação, uma vez que este tema é muito vasto e não se esgota neste estudo e também a capacidade inovadora da empresa poderia ser medida através de outros indicadores, não considerados nesta investigação.

Referências Bibliográficas

- Abernathy, William J. e Utterback, James M. (1988). Patterns of industrial innovation. In Tushman M. L. e Moore W. L. (Eds), Readings in the management of innovation. Cambridge: Ballinger.
- Barbieri, José Carlos (1997). Políticas públicas indutoras de inovações tecnológicas ambientalmente saudáveis. Revista Brasileira de Administração Pública, 31, 135 - 152.
- Barbosa, Maria João Figueiredo (2006). A Capacidade Inovadora Empresarial como Factor Criador de Vantagens Competitivas nas Empresas da Indústria Transformadora da Região da Beira Interior. Dissertação de Mestrado, Universidade Da Beira Interior, Covilhã.
- Barney, Jay B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17, 99 - 120.
- Barney, Jay B. (2002). Gaining and sustaining competitive advantage, 2ªed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Brito, Eliane Pereira Zamith; Brito, Luiz Artur Ledur e Morganti, Fábio (2009). Inovação e o desempenho empresarial: lucro ou crescimento? RAE electronica, 8, 1 - 25.
- Brito, Luiz Artur Ledur e Vasconcelos, Flávio Carvalho (2004). A heterogeneidade do desempenho, suas causas e o conceito de vantagem competitiva: proposta de uma métrica. RAC-Revista de Administração Contemporânea, ed. Especial, 107-129.
- Brito, Renata Peregrino (2011). Criação de Valor, Vantagem Competitiva e o seu Efeito no Desempenho Financeiro das Empresas. Dissertação de Mestrado. Escola de Administração de Empresas de São Paulo – SP, São Paulo.
- Capobiango, Ronan Pereira; Abrantes, Luiz Antônio; Ferreira, Marco Aurélio Marques e Faroni, Walmer (2012). Desempenho financeiro: um estudo com

- empresas de três diferentes sectores. *Revista de C. Humanas*, Viçosa, 12, 165-180.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*. 34, 555-591.
- Damodaran, Aswath (2005). *Damodaran on Valuation – Security analysis for investment and corporate finance*, 2ª ed. New York: John Wiley & Sons.
- Denker, Ada de Freitas Maneti (2000). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo*, 3ª Ed. São Paulo: Editora Futura.
- Dosi, Giovanni (1988). Sources, procedures, and microeconomic effects of innovation. *Journal of economic Literature*, 26, 1.120-1.171.
- Drucker, Peter (1986). *Inovação e Gestão*. Lisboa: Presença.
- Fonseca, José (2002). *Complexity and Innovation in Organizations. Complexity and Emergence in Organizations*. London: Routledge.
- Freeman, Chris e Soete, Luc (1997). *The Economics of Industrial Innovation*, 3ªed. Cambridge: MIT Press.
- Freire, Adriano (2000). *Inovação: Novos Produtos, Serviços e Negócios para Portugal*. Lisboa: Editorial Verbo.
- Furtado, André e Queiroz, Sérgio (2005). Construção de indicadores de inovação. *Revista Inovação UNIEMP*, 2, 26 - 28.
- Gallon, Alessandra Vasconcelos; Reina, Diane Rossi Maximiano e Ensslin, Sandra Rolim (2010). O impacto da inovação no Desempenho Econômico-financeiro das MPEIs Catarinenses beneficiadas pelo Programa Juro Zero (FINEP). *RCO – Revista de Contabilidade e Organizações – FEA-RP/USP*, 4, 112-138.

- Goldszmidt, Rafael. G. Burstein.; BRITO, Luiz Artur Ledur e Vasconcelos, Flávio Carvalho (2007). O efeito país sobre o desempenho da firma: uma abordagem multinível. *Revista de Administração de Empresas*, 47, 12-25.
- Gomes, Cândida da Conceição Magalhães (2009). Inovação: um factor chave para a competitividade das organizações. Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Portugal.
- Gomes, Odair Delgado (2014). Os impactos económicos dos eventos turísticos: a percepção dos agentes económicos sobre as festividades de São João Baptista em Porto Novo – Santo Antão. Licenciatura em Turismo, ISCEE, Mindelo.
- Hill, Manuela Magalhães e Hill, Andrew (2005). *Investigação Por Questionário*. 2.^a ed. Lisboa: Edições Sílabo.
- Hinloopen, Jeroen (2003). Innovation performance across Europe. *Economics of Innovation & New Technology*, 12, 145-161.
- IBGE (2002). Departamento de Indústria. Pesquisa industrial: inovação tecnológica 2000. Rio de Janeiro: IBGE.
- Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde - INE (2007). IIIº Recenseamento Empresarial. Praia: Instituto Nacional de Estatística.
- Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde - INE (2012). IVº Recenseamento Empresarial. Praia: Instituto Nacional de Estatística.
- Iudícibus, S. (2008). *Análise de Balanços*. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2008. Acedido em 16 de Março de 2014, em: <http://www.ebah.com.br/content/ABAAAVIMAE/analise-balancos>.
- Kemp, R. G. M.; Folkeringa, M.; Jong, J. P. L. e Wubben, E. F. M. (2003). *Innovation and Firm Performance*, Research Report H200207, SCALES - Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs, Zoetermeer.

- Ketele, Jean e Roegiers, Xavier (1993). Metodologia de recolha de dados: fundamentos dos métodos de observações, de questionários, de entrevistas e de estudo de documentos. Lisboa: Instituto Piaget Editora.
- Kline, S e Rosenberg, N. (1986). An overview of innovation. In Landau, R; Rosenberg, N. (Orgs.), The positive sum strategy. Washington, DC: National Academy of Press.
- Krauter, Elizabeth. (2003). Medidas de Avaliação de Desempenho Financeiro e Criação de Valor: Um Estudo com Empresas Industriais. III SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, Universidade de São Paulo, Brasil.
- Lima, Joana (2008). Turismo e Desenvolvimento Económico: Segmentos de Maior Valor Económico para a Covilhã. Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Portugal.
- Lima, Larissa Soraia Rodrigues (2013). Percepção dos agentes económicos do sector do turismo da ilha de São Vicente face aos impactos económicos do turismo de cruzeiros. Licenciatura em Turismo, ISCEE, Mindelo.
- Lopes, Américo (2010). Turismo e Desenvolvimento Económico: Segmentação do Mercado da Ilha de Santiago. Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Portugal.
- Madeira, Ana Margarida Alexandre (2012). Relação entre a responsabilidade social, a inovação e o desempenho financeiro das empresas cotadas na Euronext Lisboa. Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Leiria, Portugal.
- Marques, Carla Susana da Encarnação. (2004). O impacto da inovação no desempenho económico-financeiro das empresas industriais portuguesas. Tese de Doutoramento em Gestão, Universidade de Trás-os-Montes e alto Douro, Portugal.
- Marques, Carla Susana da Encarnação; Barbosa, Maria João e Ferreira, João José de Matos (2007). Relação entre inovação, capacidade inovadora e

- desempenho: o caso das empresas da região da Beira Interior. RAI – Revista de Administração e Inovação, 4, 117 - 132.
- Mattos, José Fernando César; Gastal, Claudio Leite; Câmara, Lucas; Rank, Liliane e Emediato, Luís Gustavo (2008). Manual de Inovação. Brasília: MDC.
- MTIDE - Direcção Regional Norte do Ministério do Turismo, investimento e desenvolvimento empresarial – São Vicente (2013). Caracterização do Sector Empresarial de Cabo Verde, Mindelo.
- Neely, Andy; Bourne, Mike; Mills, John e Platts, Ken. (1995). Performance measurement system design: A literature review and research agenda. International Journal of Production Economics, 4, 80-116.
- OCDE (1992, 1996). Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technology Innovation Data. Oslo Manual, Paris.
- OCDE (1997). Revision of the High-Technology Sector and Product Classification. STI Working Paper Series.
- OCDE. (1995). Recommendation of the Council of the OECD on Improving the Quality of Government Regulation. Organization for Economic Co-Operation and Development. Paris.
- Omaki, Eduardo Tadayoshi. (2005). Recursos Intangíveis e Desempenho em Grandes Empresas Brasileiras: avaliações dos recursos intangíveis como estimadores de medidas de desempenho financeiras. Brasília: ANPAD.
- Pestana, Maria Helena e Gageiro, João Nunes. (2008). Análise de Dados para Ciências Sociais. A Complementaridade do SPSS. 5ª Ed. Lisboa: Edições Sílabo.
- Porter, M. E. (2004). Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Rio de Janeiro: Campus.
- Porter, Michael E. (1981). The contributions of industrial organization to strategic management. Academy of Management, 6, 609-620.

- Quintella, Eduardo Ferreira (2012). O impacto de investimentos em inovação no desempenho das empresas brasileiras: uma abordagem multinível. Dissertação de Mestrado. Escola brasileira de administração pública e de empresas. Rio de Janeiro.
- Rea, Louis e Parker, Richard (2000). Metodologia de pesquisa: Do planejamento a execução. São Paulo: Editora Guazzelli Ltda.
- Regra, Carlos (2010). Análise Estatística do Processo de Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências no CNO dos CTT. Dissertação de Mestrado, Universidade aberta, Portugal.
- Ribeiro, M. F., Souza, C., e Spritzer, I. (2008). Indicadores de Inovação Tecnológica: Um Estudo Comparativo. In Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia. 1-12.
- Ribeiro, Maitê Garcia Cruz; Macedo, Marcelo Álvaro da Silva e Marques, José Augusto Veiga da Costa (2012). Análise da Relevância de indicadores financeiros e não financeiros na avaliação de desempenho organizacional: um estudo exploratório no sector brasileiro de distribuição de energia elétrica. Revista de Contabilidade e Organizações, 6, 60- 79.
- Roberto, José Afonso e Rey, Antonio Serrano. (2007). Desempenho empresarial, stakeholders e controlo estratégico: um estudo de caso. Calvo, Juan Carlos Ayala (Coord.). Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro. Évora: FEDRA.
- Roberts, P. e Amit, R. (2003): The Dynamics of Innovative Activity and Competitive Advantage: The Case of Australian Retail Banking, 1981 to 1995, Organization Science, 14, 107-122.
- Rolim, Germana Ferreira (2011). Os resultados da inovação e o desempenho das empresas inovativas cearenses. Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza - Ceará.
- Rumelt, Richard. P. (1991). How much does industry matter? Strategic Management Journal, 12, 167-185.


- Salerno, Mário Sérgio e Kubota, Luis Cláudio (2008). Estado e Inovação. In Políticas de incentivo à inovação no Brasil. Brasília: IPEA.
- Santos, António J. R. (2008). Gestão Estratégica – Conceitos, modelos e instrumentos. Lisboa: Escolar Editora.
- Sarkar, Soumodip. (2010). Empreendedorismo e Inovação. 2ª Ed. Lisboa: Escolar Editora.
- Schumpeter, Joseph Alois. (1939). Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process. 2 vols., New York: McGraw-Hill.
- Schumpeter, Joseph Alois (1988). Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, credito, juro e o ciclo econômico. 3.ed. São Paulo: Nova Cultural.
- Silva, José Pereira. (2008). Análise financeira das empresas. 9 ed. São Paulo: Atlas.
- Silva, Maria José Aguilar Madeira. (2003). Capacidade Inovadora Empresarial: Estudo dos factores impulsionadores e limitadores nas empresas industriais portuguesas. Tese de Doutoramento em Gestão. Universidade da Beira Interior, Covilhã.
- Silva, Pedro Paulo Mendes e Boaventura, João Maurício Gama (2011). Estratégia de internacionalização de firmas brasileiras e desempenho financeiro. Revista Ibero-Americana de Estratégia - RIAE, São Paulo, 10, 04-21.
- Silveira, Alexandre Di Miceli; Barros, Lucas Ayres B. de C. e Famá, Rubens (2003). Estrutura de Governança e Desempenho Financeiro nas Companhias Abertas Brasileiras: Um Estudo Empírico. Caderno de Pesquisas em Administração, 10, São Paulo: Fea/Usp.
- Silveira, Juliane Dias Coelho de Araújo e Oliveira, Murilo Alvarenga (2013). Inovação e Desempenho Organizacional: Um estudo com empresas

- brasileiras inovadoras. Sociedade, Contabilidade e Gestão, Rio de Janeiro, 8, 64 - 88.
- Sousa, Maria José e Baptista, Cristina Sales (2011). Como fazer Investigação, Dissertações, Teses e Relatórios. Edição Internacional. Portugal: Lidel Edições Técnicas Lda.
- Steffens, Paul; Davidsson, Per e Fitzsimmons, Jason (2009). Performance configurations over time: implications for growth- and profit-oriented strategies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 125-148.
- Subramanian, A. e Nilakanta, S. (1996). Organizational Innovativeness: Exploring the Relationship Between Organizational Determinants of Innovation. Types of Innovation and Measures of Organizational Performance, *Omega, Int. J. Mgmt Sci*, 24, 631-647.
- Teece, David J. e Jorde, Thomas M. (1990). Innovation and cooperation: implications for competition and antitrust. *Journal of Economic Perspectives*, 4, 75-96.
- Teixeira, Nuno Miguel Delicado e Amaro, António Gerson Cabral (2013). Avaliação do desempenho financeiro e da criação de valor – um estudo de caso. *Revista Universo Contábil*, ISSN 1809-3337, FURB, Blumenau, 9, 157-178.
- Tidd, Joe (2001). Innovation management in context: environment, organization and performance. *International Journal of Management Reviews*, 3, 169-183.
- Vasconcelos, Flávio C. e Cyrino, Álvaro B. (2000). Vantagem Competitiva: os modelos teóricos atuais e a convergência entre estratégia e teoria organizacional. *RAE – Revista de Administração de empresas*, 40, 20-37.
- Venkatraman, N. e Ramanujam, Vasudevan (1986). Measurement of business performance in strategy research: a comparison of approaches. *Academy of Management Review*, 11, 801-814.

- Vicente, Paula; Reis, Elizabeth e Ferrão, Fátima (2001). Sondagens: A amostragem como factor decisivo de qualidade. 2ª Ed. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Vilelas, José (2009). Investigação. O processo de Construção do Conhecimento. 1ª Ed. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Young, David S. e O'Byrne, Stephen F. (2001). EVA and Value-Based Management. New York: McGraw-Hill.

Apêndice

Questionário


Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais

ISCEE

Este questionário enquadra-se num Projecto de Monografia que está a ser realizada no Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais (São Vicente) sobre: **O impacto da inovação no desempenho financeiro das empresas industriais**. Os resultados deste estudo poderão servir como um instrumento de apoio à tomada de decisão por parte das entidades, públicas e privadas, com responsabilidades no desenvolvimento empresarial em Cabo Verde.

A sua resposta a este questionário é muito importante para este trabalho de fim de curso. Como tal, solicitamos que responda de forma sincera às seguintes questões, sendo que todos os dados que disponibilizar são de total confidencialidade.

Agradecemos desde já a atenção dispensada.

Cilene Duarte

1 – Informação geral sobre a empresa

Nome da empresa: _____

1.1 - Ano de fundação da empresa? _____

1.2 - Ramo de actividade? _____

1.3 - A empresa pertence a algum grupo?

☐ a) Não ☐ b) Sim - Qual? _____

1.4 - Classificação Jurídica da empresa

☐ a) Sociedade Unipessoal por Quotas ☐ b) Sociedade em nome colectivo ☐ c) Sociedades Cooperativas

☐ d) Estabelecimento comercial em nome individual ☐ e) Sociedade anónima ☐ f) Sociedades por Quotas

☐ g) Sociedade em comandita simples ou por acções ☐ h) Sociedade Unipessoal Anónimas ☐ i) Outra - Qual? _____

1.5 - Indique o número de empregados da empresa nos últimos 4 anos:

a) 2010 _____ b) 2011 _____ c) 2012 _____ d) 2013 _____

1.6 - Indique o número de empregados, distribuído por nível de instrução, ao serviço da empresa em 2013

a) Ensino Básico _____ b) 1º Ciclo _____ c) 2º Ciclo _____ d) 3º Ciclo _____

e) Bacharelato _____ f) Licenciatura _____ g) Mestrado _____ h) Doutoramento _____

1.7 - Na sua opinião, em que estágio do ciclo de vida se encontra a sua empresa?

☐ a) Arranque ☐ b) Crescimento ☐ c) Maturidade ☐ d) Declínio

2 – Inovações ao nível do produto

2.1- Durante o período de 2010 a 2013, a empresa:

	Sim	Não
Introduziu algum produto novo ou significativamente aperfeiçoado para a empresa, mas já existente no mercado nacional?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Introduziu algum produto novo ou significativamente aperfeiçoado para o mercado nacional?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.2 - Se sim, quem desenvolveu esses produtos? (Se houver mais do que um produto, assinala a situação mais frequente)

Principalmente a sua empresa	<input type="checkbox"/>
A sua empresa em cooperação com outras empresas ou instituições	<input type="checkbox"/>
Outras empresas ou instituições	<input type="checkbox"/>

2.3 - Descreva brevemente o principal produto novo ou substancialmente aperfeiçoado, lançado por sua empresa no mercado entre 2010 a 2013. _____

2.4 - Este produto é:

Novo para a empresa, mas já existente no mercado nacional	<input type="checkbox"/>
Novo para o mercado nacional, mas já existente no mercado mundial	<input type="checkbox"/>
Novo para o mercado mundial	<input type="checkbox"/>

2.5 - Em termos técnicos este produto é:

Aprimoramento de um já existente	<input type="checkbox"/>
Completamente novo para a empresa	<input type="checkbox"/>

3 – Inovações ao nível dos processos

3.1- Durante o período de 2010 a 2013, a empresa:

	Sim	Não
Introduziu algum processo tecnologicamente novo ou melhorado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Introduziu algum processo novo ou significativamente aperfeiçoado para o mercado nacional?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.2 - Se sim, quem desenvolveu esses processos? (Se houver mais do que um processo, assinale a situação mais frequente)

Principalmente a sua empresa	<input type="checkbox"/>
A sua empresa em cooperação com outras empresas ou instituições	<input type="checkbox"/>
Outras empresas ou instituições	<input type="checkbox"/>

3.3 - Se sim, para que se destinam essencialmente esses novos processos? (Se houver mais do que uma situação que se aplique à sua empresa, assinale a situação por ordem de importância).

(Em cada linha assinale com um X a opção que melhor corresponde à sua opinião)

1 - Nada importante; 2 - Pouco Importante; 3 - Importante; 4 - Significativamente Importante; 5 - Muito Importante

	Avaliação				
	1	2	3	4	5
Fabrico de produtos novos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumento de eficácia /produtividade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução de custos de mão-de-obra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumento da capacidade de produção	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.4 - Durante o período de 2010 a 2013, a empresa introduziu:

	Sim	Não
Método de fabricação ou de produção de bens ou serviços novo ou significativamente aperfeiçoado?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sistema logístico ou métodos de entrega novo ou significativamente aperfeiçoado para seus insumos, bens ou serviços?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Equipamentos, <i>softwares</i> e técnicas novas ou significativamente aperfeiçoadas em actividades de apoio à produção, tais como: planeamento e controle da produção, medição de desempenho, controle de qualidade, compra, manutenção ou computação/infraestrutura de TI (Tecnologias de informação)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.5 - Durante o período de 2010 a 2013:

	Sim	Não
Pelo menos uma inovação de processo introduzida por sua empresa, já existia no mercado de Cabo Verde?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pelo menos uma inovação de processo introduzida por sua empresa, era nova para o mercado de Cabo Verde?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.6 - Descreva brevemente o principal processo novo ou significativamente aperfeiçoado introduzido por sua empresa entre 2010 a 2013.

3.7 - Este é um processo:

Novo para a empresa, mas já existente no mercado nacional	<input type="checkbox"/>
Novo para o mercado nacional, mas já existente no mercado mundial	<input type="checkbox"/>
Novo para o mercado mundial	<input type="checkbox"/>

3.8 - Em termos técnicos este processo é:

Aprimoramento de um já existente	<input type="checkbox"/>
Completamente novo para a empresa	<input type="checkbox"/>

4 - Impactos da inovação

(Em cada linha assinale com um X a opção que melhor corresponde à sua opinião)

1 - Nada; 2 - Pouco; 3 - Razoável; 4 - Bastante; 5 - Muito

4.1 - Na sua opinião, qual foi o nível de investimento em inovação efectuado pela empresa no período entre 2010 e 2013 para os seguintes aspectos?

	Avaliação				
	1	2	3	4	5
Inovação ao nível dos Produtos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inovação ao nível dos Processos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inovação ao nível das Tecnologias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.2 - Durante o período de 2010 a 2013, em que a empresa introduziu inovações (produtos e processos), qual foi o:

Rubricas	Ano - Indicar em ECV			
	2010	2011	2012	2013
Volume de vendas	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Resultado de exploração	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Resultado Líquido	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Activo Líquido	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Capital Próprio	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Passivo	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

4.3 - Indique a importância dos impactos das inovações de produto (bem ou serviço) e processo, implementadas durante o período entre 2010 a 2013.

(Em cada linha assinale com um X a opção que melhor corresponde à sua opinião)

1 - Nada importante; 2 - Pouco Importante; 3 - Importante; 4 - Significativamente Importante; 5 - Muito Importante

		Avaliação				
		1	2	3	4	5
Produto	Melhorou a qualidade dos bens e serviços	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ampliou a gama de bens ou serviços ofertados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mercado	Permitiu manter a participação da empresa no mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ampliou a participação da empresa no mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Permitiu abrir novos mercados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Processo	Aumentou a capacidade de produção ou de prestação de serviços	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Reduziu os custos de produção ou dos serviços prestados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Reduziu os custos do trabalho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Reduziu o consumo de matérias-primas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Reduziu o consumo de energia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Reduziu o consumo de água	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros impactos	Permitiu reduzir o impacto sobre o meio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Permitiu controlar aspectos ligados à saúde e segurança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Enquadramento em regulações e normas padrão relativo ao mercado interno e externo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5 - Recursos empregues em actividades de inovação em 2013

5.1 - Durante o período de 2010 a 2013, a empresa esteve envolvida nas seguintes actividades de inovação em 2013?

	Sim	Não	Se sim, estime a despesa envolvida (em ECV)
Investigação e desenvolvimento experimental realizados na empresa (I&D interna)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Aquisição de serviços de I&D (I&D externa)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Aquisição de equipamento e maquinaria ligado à inovação de produto e de processo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Aquisição de outra tecnologia externa ligada à inovação de produto e de processo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Projecto industrial e outras actividades prévias à produção de produtos tecnologicamente novos ou melhorados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Formação directa ligada à inovação tecnológica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Introdução no mercado de inovações tecnológicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Despesa total:			

6 - Factores influenciadores e inibidores a inovação

6.1 - Indique os principais objectivos que levaram ao desenvolvimento e introdução de inovações (por favor, indique o grau de importância que atribui a cada um dos objectivos).

(Em cada linha assinale com um X a opção que melhor corresponde à sua opinião)

1 - Nada importante; 2 - Pouco Importante; 3 - Importante; 4 - Significativamente Importante; 5 - Muito Importante

		Avaliação				
		1	2	3	4	5
Substituir produtos em fim-de-ciclo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Melhorar a qualidade do produto		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alargar a gama de produtos		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumento da capacidade de produção		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entrar em novos mercados ou aumentar a quota de mercado		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cumprir regulamentos ou normas		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aumentar a flexibilidade da produção		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduzir custos de mão-de-obra		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduzir o consumo de materiais		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduzir o consumo de energia		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduzir os danos ambientais		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6.2 – Qual o grau de importância das Principais fontes de informação que têm contribuído para a introdução de novos projectos de inovação ou para a concretização de projectos já existentes.

(Em cada linha assinale com um X a opção que melhor corresponde à sua opinião)

1- Nada importante; 2 – Pouco Importante; 3 – Importante; 4 – Significativamente Importante; 5 – Muito Importante

	Avaliação				
	1	2	3	4	5
Fontes internas à empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outras empresas pertencentes ao mesmo grupo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Concorrentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empresas de consultoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fornecedores de equipamento, materiais, componentes ou <i>softwares</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universidades ou outras instituições de ensino superior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Institutos de investigação governamentais ou instituições privadas sem fins lucrativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Patentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conferências, reuniões e publicações científicas ou profissionais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redes de informação computacionais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feiras, mostras de produtos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6.3 - Durante o período de 2010 a 2013, a empresa:

☐ Sim ☐ Não

Estabeleceu algum acordo de cooperação para actividades de inovação com outras empresas ou instituições?

☐ ☐

6.4 - Se sim, por favor indique o tipo de organização com quem colaborou e o seu respectivo País ou Região de origem:

Tipos de parcerias	País ou Região	
	Nacional	Intenacional
Outras empresas do grupo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Concorrentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empresas de consultoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fornecedores de equipamentos, materiais, componentes ou <i>softwares</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universidades ou outras instituições de ensino superior	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Institutos de investigação governamentais ou outras instituições privadas sem fins lucrativos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6.5 - Durante o período de 2010 a 2013, pelo menos um projecto de inovação da sua empresa foi:

☐ Sim ☐ Não

Seramente atrasado

☐ ☐

Cancelado

☐ ☐

Nem sequer iniciado

☐ ☐

6.6 - No caso de existência de factores que dificultaram a inovação, indique a importância de cada um desses factores.

(Em cada linha assinale com um X a opção que melhor corresponde à sua opinião)

1- Nada importante; 2 – Pouco Importante; 3 – Importante; 4 – Significativamente Importante; 5 – Muito Importante

		Avaliação				
		1	2	3	4	5
Factores Económicos	Percepção de riscos económicos excessivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Custos de inovação demasiado elevados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Falta de fontes de financiamento apropriadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Factores internos	Estrutura organizacional pouco flexível	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Falta de pessoal qualificado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Falta de informação sobre tecnologia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Falta de informação sobre mercados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros factores	Regulamentações e normas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Falta de receptividade dos clientes e novos produtos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Reduzida dimensão de mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Muito obrigada pela sua colaboração!

Cilene Duarte: 9818792 / 9396502